



---

# FACULTAD DE INGENIERÍA

CARRERA DE INGENIERÍA EMPRESARIAL

“MODELO DE ESTANDARIZACION DE LOS PROCESOS OPERATIVOS Y SU INFLUENCIA EN LA SATISFACCION DEL CLIENTE DE LA COMERCIALIZADORA ELECTRICOS REXEL S.A.C., 2017”

Tesis para optar el título profesional de:

**Ingeniero Empresarial**

**Autor:**

Diego Armando Ynfantes Haro

**Asesor:**

Mg. Ing. Segundo Edwin Cieza Mostacero

Trujillo – Perú

2017

## APROBACIÓN DE LA TESIS

El (La) asesor(a) y los miembros del jurado evaluador asignados, **APRUEBAN** la tesis desarrollada por el (la) Bachiller **Diego Armando Ynfantes Haro**, denominada:

**“MODELOS DE ESTANDARIZACION DE LOS PROCESOS OPERATIVOS Y SU  
INFLUENCIA EN LA SATISFACCION DEL CLIENTE DE LA  
COMERCIALIZADORA ELECTRICOS REXEL S.A.C., 2017”**

---

Ing. Segundo Edwin Cieza Mostacero, Mg.  
**ASESOR**

---

Ing. Edward Alberto Vega Gavidia  
**JURADO**  
**PRESIDENTE**

---

Ing. Edwin Raul Mendoza Torres  
**JURADO**

---

Ing. Nelson Antonio Angeles Quiñones  
**JURADO**

## **DEDICATORIA**

A mis padres y familiares, por el gran apoyo que siempre me dieron durante este transcurso de mi desarrollo profesional y moralmente, de diversas maneras por transmitirme sus experiencias y sus valores.

## **AGRADECIMIENTO**

A Dios por permitirme estar con bien para el desarrollo de mi vida profesional.

A mis padres por el sacrificio y esfuerzo que realizaron para lograr un título universitario con su apoyo económico y moral.

Al ingeniero Segundo Edwin Cieza Mostacero por el apoyo en el desarrollo de este presente proyecto.

## ÍNDICE DE CONTENIDOS

### Contenido

<a href="#"><u>APROBACIÓN DE LA TESIS</u></a> .....	ii
<a href="#"><u>DEDICATORIA</u></a> .....	iii
<a href="#"><u>AGRADECIMIENTO</u></a> .....	iv
<a href="#"><u>ÍNDICE DE CONTENIDOS</u></a> .....	v
<a href="#"><u>ÍNDICE DE TABLAS</u></a> .....	x
<a href="#"><u>ÍNDICE DE FIGURAS</u></a> .....	xii
<a href="#"><u>RESUMEN</u></a> .....	xiii
<a href="#"><u>ABSTRACT</u></a> .....	xiv
<b>CAPÍTULO 1. INTRODUCCIÓN</b> .....	<b>15</b>
1.1. Realidad problemática .....	15
1.2. Formulación del problema.....	19
1.3. Justificación.....	19
1.4. Limitaciones .....	20
1.5. Objetivos .....	20
1.5.1. <i>Objetivo general</i> .....	20
1.5.2. <i>Objetivos específicos</i> .....	20
<b>CAPÍTULO 2. MARCO TEÓRICO</b> .....	<b>21</b>
2.1. Antecedentes .....	21
2.2. Bases teóricas.....	25
2.2.1. <i>Estandarización de Procesos</i> .....	25
2.2.1.1. <i>Concepto</i> .....	25
2.2.1.2. <i>Identificación de Procesos</i> .....	25
<b>2.2.1.2.1 Procesos Estratégicos</b> .....	<b>25</b>
<b>2.2.1.2.2 Procesos del Negocio</b> .....	<b>26</b>
<b>2.2.1.2.3 Procesos de Apoyo</b> .....	<b>26</b>
2.2.1.3. <i>Mapa de Procesos</i> .....	26
<b>2.2.1.3.1 Definición</b> .....	<b>26</b>
<b>2.2.1.3.2 Pasos Para Realizar un Mapa de Procesos</b> .....	<b>27</b>
2.2.1.4. <i>Procesos Operativos</i> .....	28
<b>2.2.1.4.1 Proceso de Venta</b> .....	<b>28</b>
<b>2.2.1.4.2 Proceso de Almacén</b> .....	<b>29</b>

2.2.1.4.3	<b>Proceso de Transporte</b>	<b>29</b>
2.2.1.5.	<i>Indicadores del Proceso</i>	30
2.2.1.6.	<i>Business Process Management (BPM)</i>	31
2.2.1.7.	<i>Principales Funcionalidades</i>	31
2.2.1.8.	<i>Puntos de Intervención Sobre los Procesos</i>	32
2.2.2.	<i>ISO 9001:2015</i>	35
2.2.2.1.	<i>Que es ISO 9001</i>	35
2.2.2.2.	<i>Importancia de la ISO 9001 en el Negocio</i>	35
2.2.2.3.	<i>Características de ISO 9001:2015</i>	36
2.2.2.4.	<i>Guía del Usuario ISO 9001:2015</i>	37
2.2.2.4.1	<b>Objetivo y Campo de Aplicación</b>	<b>37</b>
2.2.2.4.2	<b>Referencia Normativa</b>	<b>38</b>
2.2.2.4.3	<b>Términos y Definiciones</b>	<b>38</b>
2.2.2.4.4	<b>Contexto de la Organización</b>	<b>39</b>
2.2.2.4.5	<b>Liderazgo</b>	<b>40</b>
2.2.2.4.6	<b>Planificación</b>	<b>40</b>
2.2.2.4.7	<b>Apoyo</b>	<b>41</b>
2.2.2.4.8	<b>Operación</b>	<b>41</b>
2.2.2.4.9	<b>Evaluación del Desempeño</b>	<b>41</b>
2.2.2.4.10	<b>Mejora</b>	<b>42</b>
2.2.3.	<i>Satisfacción al Cliente</i>	42
2.2.3.1.	<i>Cliente</i>	42
2.2.3.1.1	<b>Concepto</b>	<b>42</b>
2.2.3.1.2	<b>Características que Definen al Cliente</b>	<b>42</b>
2.2.3.1.3	<b>Factores que Determinan el Perfil del Cliente</b>	<b>43</b>
2.2.3.1.4	<b>Tipología de Clientes:</b>	<b>43</b>
2.2.3.2.	<i>Atención al Cliente</i>	47
2.2.3.2.1	<b>Cómo Evalúa los clientes tu Servicio</b>	<b>47</b>
2.2.3.2.2	<b>La Comunicación con el Cliente/ Clienta</b>	<b>47</b>
2.2.3.2.3	<b>Pasos para una Excelente Atención al Cliente</b>	<b>47</b>
2.3.	<i>Hipótesis</i>	48
2.4.	<i>Definición de términos Básicos</i>	48
2.5.	<i>Marco Normativo:</i>	49
<b>CAPÍTULO 3. METODOLOGÍA</b>		<b>51</b>
3.1.	<i>Operacionalización de variables</i>	51
<b>OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES</b>		<b>51</b>
3.2.	<i>Diseño de investigación</i>	53
3.3.	<i>Unidad de estudio</i>	53
3.4.	<i>Población</i>	53
3.5.	<i>Muestra (muestreo o selección)</i>	53

3.6.	Técnicas, instrumentos y procedimientos de recolección de datos .....	54
3.7.	Métodos, instrumentos y procedimientos de análisis de datos .....	55
<b>CAPÍTULO 4.</b>	<b>RESULTADOS .....</b>	<b>56</b>
4.1.	Aspectos Generales de la Empresa .....	56
4.1.1.	<i>Reseña Histórica de la Empresa .....</i>	<i>56</i>
4.1.2.	<i>Resumen de la Empresa .....</i>	<i>56</i>
4.1.3.	<i>Sector de la Empresa de Estudio .....</i>	<i>57</i>
4.1.4.	<i>Descripción del Negocio .....</i>	<i>57</i>
4.1.4.1.	<i>Razón Social .....</i>	<i>57</i>
4.1.4.2.	<i>Tipo de Empresa .....</i>	<i>57</i>
4.1.4.3.	<i>R.U.C. ....</i>	<i>57</i>
4.1.4.4.	<i>Dirección de la Empresa .....</i>	<i>57</i>
4.1.5.	<i>Clientes de REXEL .....</i>	<i>57</i>
4.1.6.	<i>Proveedor de REXEL .....</i>	<i>57</i>
4.1.7.	<i>Misión .....</i>	<i>58</i>
4.1.8.	<i>Visión .....</i>	<i>58</i>
4.2.	Pre Test de REXEL S.A.C .....	59
4.3.	Balanced Scord Card .....	61
4.4.	Objetivos Estratégicos .....	61
4.5.	Mapa de Procesos .....	62
4.5.1.	<i>Inventario de Procesos .....</i>	<i>63</i>
4.5.2.	<i>Clasificación de Procesos .....</i>	<i>68</i>
4.6.	Caracterización de Procesos Operativos.....	69
4.6.1.	<i>Diagrama de Flujo de Procesos Operativos.....</i>	<i>69</i>
4.6.1.1.	<i>Recepción de Productos.....</i>	<i>69</i>
4.6.1.2.	<i>Almacenamiento de Productos .....</i>	<i>71</i>
4.6.1.3.	<i>Comercialización.....</i>	<i>72</i>
4.6.1.4.	<i>Despacho de Productos por Entregar.....</i>	<i>74</i>
4.6.1.5.	<i>Despacho Inmediato de Productos.....</i>	<i>76</i>
4.6.1.6.	<i>Transporte.....</i>	<i>78</i>
4.6.2.	<i>Factores Críticos de Éxito .....</i>	<i>80</i>
4.6.3.	<i>Descripción de Procesos .....</i>	<i>82</i>
4.6.3.1.	<i>Proceso de Recepción y Almacenamiento de Productos.....</i>	<i>82</i>
4.6.3.2.	<i>Proceso de Almacenamiento .....</i>	<i>85</i>
4.6.3.3.	<i>Proceso de Comercialización .....</i>	<i>86</i>
4.6.3.4.	<i>Despacho de Productos por Entregar.....</i>	<i>88</i>
4.6.3.5.	<i>Despacho Inmediato de Productos.....</i>	<i>91</i>
4.6.3.6.	<i>Transporte.....</i>	<i>92</i>
4.6.4.	<i>Ficha de Procesos Operativos .....</i>	<i>94</i>
4.6.4.1.	<i>Ficha de Procesos de Recepción de Productos .....</i>	<i>94</i>
4.6.4.2.	<i>Ficha de Procesos de Almacenamiento .....</i>	<i>95</i>
4.6.4.3.	<i>Ficha de Procesos de Comercialización .....</i>	<i>96</i>
4.6.4.4.	<i>Ficha de Procesos de Despacho de Productos por Entregar.....</i>	<i>97</i>

4.6.4.5.	<i>Ficha de Procesos de Despacho Inmediato de Productos</i> .....	98
4.6.4.6.	<i>Ficha de Procesos de Transporte</i> .....	99
4.6.5.	<i>Diagrama de Procesos Operativos</i> .....	100
4.6.5.1.	<i>Diagrama de Proceso de Recepción y Almacenamiento de Productos</i> .....	100
4.6.5.2.	<i>Diagrama de Procesos de Almacenamiento de Productos</i> .....	101
4.6.5.3.	<i>Diagrama de Procesos de Comercialización</i> .....	102
4.6.5.4.	<i>Diagrama de Procesos de Despacho de Productos por Entregar</i> .....	103
4.6.5.5.	<i>Diagrama de Proceso de Despacho Inmediato de Productos</i> .....	104
4.6.5.6.	<i>Diagrama de Proceso de Transporte</i> .....	105
4.7.	<i>Control de los Procesos Operativos</i> .....	106
4.7.1.	<i>Indicadores de los Proceso Operativos</i> .....	106
4.7.1.1.	<i>Indicadores del Procesos Recepción de Productos</i> .....	106
4.7.1.2.	<i>Indicador del Proceso de Almacenamiento del Productos</i> .....	106
4.7.1.3.	<i>Indicadores del Proceso de Comercialización</i> .....	106
4.7.1.4.	<i>Indicadores del Proceso de Despacho de Productos</i> .....	107
4.7.1.5.	<i>Indicadores del Proceso de transporte</i> .....	107
4.7.2.	<i>Medición de los Procesos Operativos</i> .....	107
4.7.2.1.	<i>Metas de los Indicadores del Procesos de Recepción y Almacenamiento de Productos</i> .....	107
4.7.2.2.	<i>Metas de los Indicadores del Proceso de comercialización</i> .....	108
4.7.2.3.	<i>Metas de los Indicadores del Proceso de Despacho</i> .....	108
4.7.2.4.	<i>Metas de los Indicadores del Proceso de transporte</i> .....	108
4.7.3.	<i>Ficha de Indicadores de los Proceso Operativos</i> .....	109
4.7.3.1.	<i>Ficha del Indicadores del Proceso de Recepción y Almacenamiento de Productos</i> .....	109
4.7.3.2.	<i>Ficha de Indicadores del Proceso de Comercialización</i> .....	110
4.7.3.3.	<i>Ficha e Indicador de Proceso de Despacho</i> .....	112
4.7.3.4.	<i>Ficha de Indicar de Proceso de Transporte</i> .....	115
4.8.	<i>Mejora Continua</i> .....	117
4.9.	<i>Resultados del Modelo de Estandarización de Procesos Operativos</i> .....	119
<b>CAPÍTULO 5. DISCUSIÓN</b> .....		<b>129</b>
<b>CONCLUSIONES</b> .....		<b>131</b>
<b>RECOMENDACIONES</b> .....		<b>132</b>
<b>REFERENCIAS</b> .....		<b>133</b>
<b>ANEXOS</b> .....		<b>135</b>
<b>Anexo 1: Modelo de Integración de Procesos REXEL S.A.C.</b> .....		<b>135</b>
<b>Anexo 2: Encuesta de Satisfacción de Clientes</b> .....		<b>136</b>
<b>Anexo 3: Ficha de Observaciones de REXEL S.A.C.</b> .....		<b>138</b>



<b>Anexo 4: CHECK LIST REXEL S.A.C.....</b>	<b>141</b>
<b>Anexo 5: Tabulación de Encuesta realizada a clientes .....</b>	<b>157</b>
<b>Anexo 6: Balance General del 2017.....</b>	<b>158</b>
<b>Anexo 7: Registro de depreciación de bienes Comercializadora Eléctricos REXEL S.A.C. ....</b>	<b>159</b>
<b>Anexo 8: Resultado de la Encuesta realizada a los clientes .....</b>	<b>160</b>

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Características que definen el perfil del cliente .....	43
Tabla 2: Descripción de Cliente Racional .....	44
Tabla 3: Descripción de Cliente Reservado .....	44
Tabla 4: Descripción de Cliente Indeciso .....	44
Tabla 5: Descripción de Cliente Dominante .....	45
Tabla 6: Descripción de Cliente Hablador .....	46
Tabla 7: Descripción de Cliente Impaciente .....	46
Tabla 8: Descripción de Sociedad Anónima Cerrada .....	49
Tabla 9: Matriz de Operacionalización .....	51
Tabla 10: Datos para obtención de muestra .....	54
Tabla 11: Pre test de REXEL S.A.C. ....	59
Tabla 12: Proceso de Planeación Estratégica .....	63
Tabla 13: Proceso de Gestión de Calidad .....	63
Tabla 14: Proceso de Diseño de Servicio .....	63
Tabla 15: Proceso de Investigación de Mercado .....	63
Tabla 16: Proceso de Recepción de Productos .....	64
Tabla 17: Almacenamiento de Productos .....	64
Tabla 18: Proceso de Comercialización .....	64
Tabla 19: <i>Procesos de Despacho de Productos Por Entregar</i> .....	64
Tabla 20: Procesos de Despacho Inmediato de Productos .....	65
Tabla 21: Proceso Gestión de Incidencia .....	65
Tabla 22: <i>Proceso de Gestión de Proveedores</i> .....	65
Tabla 23: Proceso de Logística .....	66
Tabla 24: Proceso de Transporte .....	66
Tabla 25: Proceso de Inventario .....	66
Tabla 26: Procesos Sistemas de Información .....	67
Tabla 27: Proceso Administración al Personal .....	67
Tabla 28: Clasificación de Procesos de REXEL .....	68
Tabla 29: Factores Críticos por Procesos Operativo .....	80
Tabla 30: Descripción de Recepción y Almacenamiento de Productos .....	82
Tabla 31: Descripción de Almacenamiento .....	85
Tabla 32: Descripción de Comercialización .....	86
Tabla 33: Descripción de Despacho de Productos por Entregar .....	88
Tabla 34: Descripción de Despacho Inmediato de Productos .....	91
Tabla 35: Descripción de Transporte .....	92
Tabla 36: Ficha de Proceso Recepción de Productos .....	94
Tabla 37: Ficha de Proceso de Almacenamiento de Productos .....	95
Tabla 38: Ficha de Procesos de Comercialización .....	96
Tabla 39: Ficha de Procesos de Despacho de Productos por Entregar .....	97
Tabla 40: Ficha de Procesos de Despacho Inmediato de Productos .....	98
Tabla 41: ficha de Procesos de Transporte .....	99
Tabla 42: Indicadores del Procesos Recepción de Productos .....	106
Tabla 43: Indicadores de Proceso de Comercialización .....	106
Tabla 44: Indicador de Proceso de Despacho de Productos .....	107
Tabla 45: Indicador de Proceso de Transporte .....	107
Tabla 46: Meta de Indicadores del Proceso de Recepción y Almacenamiento .....	107
Tabla 47: Metas de los Indicadores del Proceso de comercialización .....	108
Tabla 48: Metas de los Indicadores del Proceso de Despacho .....	108
Tabla 49: Metas de los Indicadores del Proceso de transporte .....	108
Tabla 50: Ficha de Indicador FIPR.01.1 .....	109
Tabla 51: Ficha de Indicador FIPR.01.2 .....	109

Tabla 52: Ficha de Indicador de Proceso FIRP.01.4 .....	110
Tabla 53: Ficha de Indicador FIPR.02.1 .....	110
Tabla 54: Ficha de Indicador FIPR.02.2 .....	111
Tabla 55: Ficha de Indicador FIPR.02.3 .....	111
Tabla 56: Ficha de Indicador FIPR.02.4 .....	112
Tabla 57: Ficha de Indicador FIPR.03.1 .....	112
Tabla 58: Ficha de Indicador FIPR.03.2 .....	113
Tabla 59: Ficha de Indicador FIPR.03.3 .....	114
Tabla 60: Ficha de Indicador FIPR.03.4 .....	114
Tabla 61: Ficha de Indicador FIPR.04.1 .....	115
Tabla 62: Ficha de Indicador FIPR04.2 .....	115
Tabla 63: Ficha de Indicador FIPR.04.3 .....	116
Tabla 64: Datos de Prestamos .....	119
Tabla 65: Cronograma de Pagos a Caja Trujillo .....	119
Tabla 66: Estado de Ganancias y Pérdidas 2017 .....	122
Tabla 67: Estado de Ganancias y Pérdidas 2017 - 2022 proyectada.....	123
Tabla 68: Flujo de Efectivo Neto Proyectada .....	124
Tabla 69: Calculo de beneficios económicos proyectados .....	125
Tabla 70: Resultado de Beneficios Económicos Proyectados.....	125
Tabla 71: Periodo de Recuperación del capital .....	126
Tabla 72: Chuck List REXEL S.A.C. ....	141

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Histograma de Proceso Entrega de Productos .....	15
Figura 2: Courier de Lima Metropolitana que usan mapa de Procesos.....	16
Figura 3: Expresiones usadas en la norma ISO 9001 .....	39
Figura 4: Identificación de las características de los clientes .....	43
Figura 5: Balanced Score Card de REXEL .....	61
Figura 6: Mapa de Proceso de REXEL S.A.C.....	62
Figura 7: Diagrama de Flujo de Recepción de Productos .....	69
Figura 8: Diagrama de Flujo Almacenamiento de Productos .....	71
Figura 9: Diagrama de Flujo de Comercialización .....	72
Figura 10: Diagrama de Flujo de Despacho de Productos por Entregar.....	74
Figura 11: Diagrama de Flujo de Despacho Inmediato de Productos .....	76
Figura 12: Diagrama de Flujo de Transporte .....	78
Figura 13: Diagrama de Proceso de Recepción y Almacenamiento de Productos .....	100
Figura 14: Diagrama de Procesos de Comercialización.....	102
Figura 15: Diagrama de Procesos de Despacho de Productos por Entregar.....	103
Figura 16: Diagrama de Proceso de Despacho Inmediato de Productos.....	104
Figura 17: Diagrama de Proceso de Transporte.....	105
Figura 18: Mejora Continua General de REXEL S.A.C. ....	117
Figura 19: Fondo de flujo vs flujo de fondos acumulados.....	126
Figura 20: Resultado de Procesos Operativos Estandarizados .....	127
Figura 21: Resultado de Errores Solucionados a Tiempo .....	127
Figura 22: Resultado de Empleados Capacitados.....	127
Figura 23: Resultado de Satisfacción de Cliente .....	127
Figura 24: Resultado de Venta ventas canceladas por día .....	128
Figura 25: Resultado de Quejas Atendidas .....	128
Figura 26: Modelo de Integración de Procesos de REXEL S.A.C. ....	135
Figura 27: Tabulación de Encuesta realizada a clientes .....	157
Figura 28: Balance General 2017 de REXEL S.A.C. ....	158
Figura 29: Registro de Depreciación de Bienes de REXEL S.A.C. ....	159
Figura 30: Nivel de Satisfacción de los clientes con el servicio.....	160
Figura 31: Eventualidad de compras de los clientes en REXEL.....	160
Figura 32: Nivel de Satisfacción percibido de los colaboradores .....	161
Figura 33: Grado de satisfaccion de la rapidez del servicio .....	161
Figura 34: Grado de Satisfaccion al momento de pagar los clientes.....	162
Figura 35: Grado de satisfaccion de los clientes al entregarles el pedido.....	162
Figura 36: Grado de satisfaccion de los clientes respecto al estado de los productos .....	163
Figura 37: Grado de satisfaccion de los clientes y el uso de tecnología en REXEL .....	163
Figura 38: Aspectos que resalta el cliente a REXEL .....	164
Figura 39: Aspectos que el cliente mejorar a REXEL .....	164

## RESUMEN

El trabajo de investigación basado en el modelo de estandarización de los procesos operativos y su influencia en la satisfacción de los clientes de la Comercializadora Electricos REXEL S.A.C.

La investigación tiene como hipótesis: "El modelo de estandarización de los procesos operativos, permitirá influenciar de manera positiva en la satisfacción del cliente de la Comercializadora Eléctricos REXEL S.A.C. de la ciudad de Trujillo en el año 2017"

La operacionalización de variables determina la variable independiente como el modelo de estandarización de los procesos operativos y dependiente como las satisfaccion del cliente.

La muestra de esta investigación fue de 87 clientes del 2017, escogidos de manera aleatoria, realizándose una encuesta.

Se desarrolla el diagrama de procesos operativos con sus respectivas fichas.

La empresa solicitara un prestamos de S/. 45, 000. 00, en un periodo de pago de 5 años y con TCEA de 13.93%.

Con el cumplimiento de objetivos, en la proyección muestra el valor neto seria de 150,384.41 soles teniendo una tasa Internas de retorno de 94.19%, teniendo una recuperación del capital aproximadamente en el segundo año.

Los resultados afirman la hipótesis planteada en este proyecto, dándose el incremento de las ventas como resultado de la satisfacción del cliente.

## ABSTRACT

The research work based on the standardization model of the operational processes and their influence on the satisfaction of the customers of the Comercializadora Electricos REXEL S.A.C.

The research has as hypothesis: "The model of standardization of the operational processes, will allow a positive influence on the customer satisfaction of the Electricizadora Eléctricos REXEL S.A.C. of the city of Trujillo in the year 2017"

The operationalization of variables determines the independent variable as the standardization model of the operational processes and dependent as the satisfaction of the client.

The sample of this investigation was of 87 clients of 2017, chosen in a random way, being realized a survey.

The operational processes digrama is developed with their respective tabs.

The company will request a loan of S / . 45, 000, 00, in a payment period of 5 years and with TCEA of 13.93%.

With the fulfillment of objectives, in the projection shows the net value would be of 150,384.41 soles having an Internal return cup of 94.19%, having a capital recovery approximately in the second year.

The results affirm the hypothesis raised in this project, giving the increase of sales as a result of customer satisfaction.

## CAPÍTULO 1. INTRODUCCIÓN

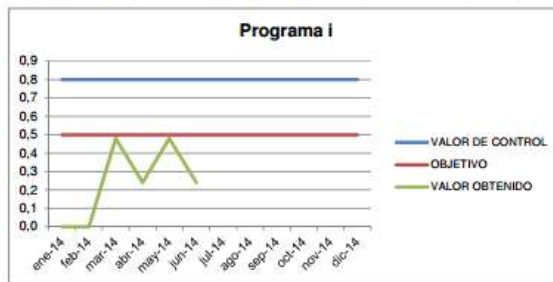
### 1.1. Realidad problemática

Las organizaciones buscan llegar a la eficacia mediante la eficiencia, por lo que en la mayoría de veces se preocupa por llegar al meta de rentabilidad, dejando de lado la estandarización de sus procesos en el nivel operativo por lo que como consecuencia se presenta una insatisfacción por parte de los clientes, sin darse cuenta que para lograr la satisfacción del cliente depende de la correcta gestión de procesos operativos ya que son los que se interactúan casi de manera directa con los clientes. La correcta administración y estandarización de procesos operativos permite reducir la insatisfacción de los clientes, mejor manejo de los recursos y tiempos. Del mismo modo permite tener una correcta coordinación entre áreas operativas, ya que se establece una mejor relación y comunicación.

En un entorno global (Luca, 2014) "mediante la gestión por procesos las organizaciones son capaces de, una vez se hayan marcado los objetivos que desean conseguir, llevar a cabo su medición y control para llegar a alcanzarlos de tal forma que guíe a las organizaciones hacia el éxito. En la actualidad la competencia es voraz y las organizaciones deben hacer todo lo que este en sus manos para destacar en lo que hacen, evitando quedarse estancadas en únicamente realizar su producto o servicio. Mediante la gestión por procesos se encamina a las organizaciones hacia la mejora continua, para permitir su adaptación frente a los cambios tanto internos como externos y permita asegurar parte de su continuidad o existencia". Presenta el caso de éxito Montajes Aeronáuticos S.A. que evaluó el proceso de entrega de productos de la organización comparando los valores mediante un indicador, al estandarizar el proceso se dio una disminución de no conformidades en la entrega de productos mostrados en la figura 1.

*Figura 1: Histograma de Proceso Entrega de Productos*

PROGRAMA I	ene-14	feb-14	mar-14	abr-14	may-14	jun-14	jul-14	ago-14	sep-14	oct-14	nov-14	dic-14
VALOR DE CONTROL	0.8	0.8	0.8	0.8	0.8	0.8	0.8	0.8	0.8	0.8	0.8	0.8
OBJETIVO	0.5	0.5	0.5	0.5	0.5	0.5	0.5	0.5	0.5	0.5	0.5	0.5
VALOR OBTENIDO	0.00	0.00	0.48	0.24	0.48	0.24						



Fuente: Patricia Lucas Alonso

(Alzate, 2016) señala que “uno de los mayores problemas de las empresas, es lograr que el personal realice las actividades de manera idéntica todas las veces que se requiera. Lograr que los procesos se realicen todas las veces de manera igual o similar es muy importante para mantener la conformidad de los requisitos en los productos y servicios finales entregados a los clientes. Además el hacer los procesos de forma estandarizada permite controlar los costos más efectivamente y por ende optimizar la operación. La estandarización permite lograr que los procesos de producción o prestación de servicios en diferentes centros o unidades de producción se realicen de la misma forma bajo los mismos parámetros de control”.

En el ámbito nacional, (Rios ,2014), “La mayoría de empresas de Courier en Lima Metropolitana al no desarrollar una buena gestión de procesos, no logran reducir los tiempos de entregas de las encomiendas a los distintos puntos del país, ocasionando que la cadena de valor se vea interrumpida disminuyendo la productividad. La mayoría de empresas de Courier en Lima Metropolitana, no han mejorado su productividad, debido a que no realizan un buen diagnóstico ni identifican las posibles causas que la afectan, ocasionando deficiencias en la toma de decisiones”. Proporciona cifras de las empresas de Courier en Lima Metropolitana que utilizan y el mapa de proceso para identificar que tan bien están llevando sus actividades. Interpretado que al no usar el mapa de procesos, no les permitió ofrecer al cliente un servicio que cubra sus necesidades, de poder hacer un seguimiento de sus correspondencias en todo momento, tampoco les permitió saber, cuando y en qué condiciones fueron entregadas sus correspondencias, así como la posibilidad de realizar reclamos y solicitar indemnización si fueron agraviados sus envíos, reflejado en la figura 2

*Figura 2: Courier de Lima Metropolitana que usan mapa de Procesos*

	Variables	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido
Válidos	Si	30	41.7	41.7
	No	42	58.3	58.3
	Total	72	100.0	100.0

Fuente: Kelly Rios Sanchez (2014)

Asociación Nacional de anunciantes. (2016). ISCO- índice de satisfacción del consumidor peruano. 05/056/2017, de Anda Perú Sitio web: <http://www.andaperu.pe/isco-indice-de-satisfaccion-del-consumidor-peruano-2016/> haciendo uso de ecuaciones estructurales (técnica estadística avanzada) para dimensionar y normalizar las distintas relaciones entre



todos los factores del modelo (expectativas, calidad percibida, valor percibido, satisfacción, intención de queja y nivel de fidelidad) para cada empresa o sector, se establece un indicador que describe el nivel de satisfacción de los consumidores y que es comparable entre empresas e industrias, sean o no del mismo sector o país. Como principal hallazgo de este estudio realizado por primera vez para 12 industrias relevantes del Perú con una muestra de 1,194 personas, el indicador global a nivel nacional de la satisfacción de los consumidores peruanos ha sido de 61.2 en una escala del 1 al 100. Es decir, traducido a nuestro sistema tradicional de 0 a 20, el mercado peruano habría sacado una nota de 12.2. Consideramos que este resultado no es para celebrar al ser una nota relativamente baja.

En la ciudad de Trujillo, (Huerta, 2016), para obtener el título profesional de Licenciado en Administración, realizo la tesis titulada “Diagnostico De La Gestión De Los Procesos Operativos En La Empresa Jafnez, De Trujillo 2016” en Trujillo, Perú. Indica la importancia de una gestión de procesos en la organización es de suma importancia en especial los procesos operativos para una organización por ser lo que los clientes ven directamente cuando se le entrega un producto o servicio porque el área de producción su buscar rentabilidad con lo que ofrece. Cuando se habla de procesos y sus elementos se determinar que los insumos que entran a la organización a los procesos cumplen sus especificaciones para inicio de la producción cuando se habla de calidad, esto en parte porque sus proveedores son buenos y su control de evaluación de los productos que llegan a la empresa son revisados en su totalidad.

(Gonzales, 2012), que las empresas se hacen más imprescindibles a la automatización de procesos a causa del crecimiento de la información y la necesidad de brindar un mejor servicio, lo que permite a los usuarios tener una facilidad de uso de los servicios que las empresas puedan ofrecer.

(Zegarra, 2016) Cuando brindamos un servicio, nuestros clientes llegan al establecimiento con una expectativa del servicio, un servicio esperado, el cual es resultado de una experiencia compartida por un conocido, necesidades personales o experiencias pasadas. Por su parte, la empresa, en base a los estándares de la organización cuenta con una percepción de las expectativas de los clientes. La ardua labor de la empresa es equilibrar el estándar definido para determinado servicio y que éste cumpla con lo que el cliente espera y, de ser posible, sobrepase dicha expectativa. La expectativa del servicio será satisfecha con un ambiente acogedor, lo cual es parte del diseño de dicho servicio, sus especificaciones y requisitos. Asimismo, tenemos que identificar que los estándares tanto de servicio como de ambiente, entre otros, se enlazan al momento de brindar el servicio, por lo que la empresa debe tener claro la importancia de la relación entre la percepción del servicio y la comunicación con el cliente. Teniendo a ambos en cuenta, conoceremos la

percepción del servicio recibido por parte del cliente, lo cual nos lleva a reconocer si el cliente determina si dicho servicio colma sus expectativas.

Desde el 6 de Junio de 1996 REXEL S.A.C. viene desarrollando sostenidamente la distribución de materiales eléctricos en la ciudad de Trujillo siendo ubicada su sucursal en Av. América Sur Nro. 2621 – Urb. La Perla Trujillo alcanzando los 21 años de experiencia en el rubro.

La calidad de productos y marcas que representan directamente, son: Indeco, Bticino, Philips, 3M, Schneider Electric, Legrand, Favigel, etc. , permitiéndoles colaborar con empresas e instituciones que consideran el tema eléctrico como un aspecto serio, donde la calidad de los materiales tiene y debe ser la mejor, por las inversiones que a la vez protegen. Ahora no solamente cuentan con los productos directos de fábricas, sino que siendo consientes con el mercado, brindan los mejores precios y por ende pueden competir llevando las mejores condiciones a sus apreciados clientes.

A pesar de tener un margen de rentabilidad positiva en toda la trayectoria que la empresa lleva en el mercado de la ciudad de Trujillo; se dan un conjunto de desavenencias que se relacionan con la atención al cliente: como son mala atención ofrecida a los clientes, demora en la ejecución de actividades principales, largos tiempo de demora al despachar, alguna insatisfacción en la entrega de productos, todo esto se da a la falta de instrumento o medios de medición correctivos hacia los problemas que se presentan en la atención al clientes, teniendo como consecuencia cierta insatisfacción por parte de los clientes y a su vez desprestigio en la imagen de la empresa.

En REXEL S.A.C., dentro de los procesos se da la no revisión de información de llegada de productos, errores en la toma de pedidos, demoras en atención a los clientes ocasionando la insatisfacción en estos mismos, la cual a su vez no permite mejorar la atención a estos mismos; por consiguiente se puede mencionar:

- Presenta redundancia en las actividades dentro de los procesos operativos
- Empleados no tienen funciones establecidas de acuerdo a su área, por lo que se presentan problemas en los proceso operativos
- Se presentan quejas por parte de los clientes y un 49% de ellas no son atendidas
- Existe devolución de productos dañados por parte de los clientes por lo que algunos caso se hace la cancelación del 11% de pedidos.
- Existen demoras de al momento de realizar los pedidos de venta por parte de los clientes.
- Se da un 3% de entrega incompleta de productos a clientes.

Todos los puntos mencionados llevan a que los colaboradores operativos dentro de la empresa, trabajen de manera incierta al no contar con procesos establecidos, generando debilidades en la satisfacción del cliente, demoras en los tiempos de pedido de venta, devoluciones de productos, cuellos de botellas en los procesos. Viendo reflejado que al momento de despachar los productos los clientes tiene un gran número de quejas ya sea por el tiempo o por los productos dañados en despacho, lo cual mediante lo observado, se aprecia que un 70% de este problema se ocasiona por el apuro de los trabajadores al preparar el pedido a entregar al cliente, un 22% es originado por el olvido del conteo de productos en los productos a despachar y el 8% se da por el mal embalaje en los pedidos que se le da a los productos al salir del almacén. Siendo como resultado que en algunos casos exista un reembolso por parte de la empresa o costo de reparación por daño de mercadería.

La empresa actualmente cuenta con un modelo de tecnología de implementada, pero al no contar con un sistema de indicadores no les permite reflejar el resultados o cumplimiento de las metas y desarrollo de actividades, lo que conlleva no tener con exactitud las causas y soluciones a los cuellos de botellas existentes en los procesos.

De conformidad con lo mencionado en los puntos anteriormente y sabiendo los actuales comportamiento que presentan los clientes en el sector de la empresa REXEL S.A.C. se encuentra, implica la necesidad de estandarizar los procesos operativos y su influencia en la satisfacción del cliente, enfocado en el desarrollo de procesos que lleven a tener una ventaja competitiva y el cumplimiento con los objetivos. A su vez la retención y satisfacción de los clientes.

## **1.2. Formulación del problema**

¿De qué manera influye el modelo de estandarización de los procesos operativos en la satisfacción del cliente de la comercializadora de materiales eléctricos REXEL S.A.C. de la ciudad de Trujillo en el año 2017?

## **1.3. Justificación**

La presente investigación busca demostrar que el modelo de estandarización de los procesos operativos apoyara a la mejora de la atención al cliente, consiguiendo como beneficios la satisfacción e incremento de los clientes y a su vez la retención de estos mismos de la empresa, dando a conocer que los cimientos teóricos en los que se basa tiene autenticidad y establece un aporte a la creación de investigaciones similares futuras.

Es adecuado para la organización, porque admite realizar una propuesta para mejorar la atención al cliente de manera adecuada, de buena calidad y eficiente, dando a resaltar la generación de valor de cada uno de los integrantes o grupos de interés de la empresa

(colaboradores, clientes, acreedores), dando a conocer que el diseño de procesos operativos lograra mantener una atención al cliente adecuada.

La organización estará directamente beneficiada por el diseño de procesos operativos, al mejorar la atención al cliente, teniendo la retención de clientes, aumentando el volumen de ventas y obtener un posicionamiento óptimo dentro del sector. El mejoramiento del servicio de atención al cliente permitirá a la organización hacer sus actividades comerciales más eficaces, en la que permita tener una satisfacción de los clientes de manera positiva de REXEL S.A.C.

La presente investigación se usara como fuente de referencia y mejora continua a los estudiantes de la carrera de ingeniería empresarial.

#### **1.4. Limitaciones**

En la presente investigación se dieron a algunos problemas siendo tanto en la información y otros aspectos:

- Privacidad por parte de la empresa a cierta información que consideran privada; a su vez ya sea por los escasos de documentación.
- Falta de tiempo por parte de algunos colaboradores (vendedores, almaceneros, supervisores) de REXEL S.A.C. para convocación de reuniones.
- REXEL S.A.C. no cuenta con una cantidad adecuada de documentación con respecto a sus procesos, siendo un tanto dificultoso para la presente investigación no contar con este documento importante para la empresa.

De lo anteriormente descrito estos no es una limitación para cumplir con los objetivos del proyecto.

#### **1.5. Objetivos**

##### **1.5.1. Objetivo general**

Determinar la influencia del modelo de estandarización de procesos operativos en la satisfacción del cliente de la comercializadora eléctricos REXEL S.A.C. de la ciudad de Trujillo en el año 2017.

##### **1.5.2. Objetivos específicos**

- Realizar un diagnóstico del nivel operativo de la comercializadora eléctricos REXEL S.A.C.
- Realizar un mapa de procesos de la comercializadora eléctricos REXEL S.A.C.
- Caracterizar los procesos operativos de la empresa en Comercializadora Eléctricos REXEL S.A.C.
- Determinar el nivel de satisfacción de los clientes.

- Evaluar el impacto económico de la propuesta de la estandarización de procesos operativos de REXEL S.A.C.

## CAPÍTULO 2. MARCO TEÓRICO

### 2.1. Antecedentes

Como antecedente internacional se tiene los trabajos de investigación científica realizado por bachilleres en mención a obtener el título profesional de diferentes áreas.

- Gómez. (2012), *Estandarización y documentación de los procesos operativos de la empresa Montaind Ltda. con base en los requisitos de la norma ISO 9001:2008*. Tesis para optar el título de Ingeniero Industrial, en la Universidad Autónoma De Occidente de Colombia. Siendo su población de 20 empleados con una muestra de 16 empleados a nivel operativo y con un estudio de investigación no experimental mediante el método analítico-descriptivo, teniendo como objetivo estandarizar y documentar los procesos operativos de MONTAIND LTDA., con base en los requisitos de la norma ntc iso 9001:2008. Llego a las siguientes conclusiones; “La identificación de procesos y el desarrollo de procedimientos para las actividades de la cadena de valor de MONTAIND LTDA garantiza en un 94% la efectividad en sus operaciones y proporciona la confiabilidad necesaria de los clientes para la prestación de servicios. Además, con los procesos operativos estandarizados se promueve el aseguramiento de la calidad contribuyendo a productos aceptables que satisfagan los requisitos de los clientes.

Con respecto al nivel de quejas que se indica en el planteamiento del problema (estructurado como criterio cualitativo del gerente), MONTAIND LTDA cuenta con un mecanismo para documentar las quejas, medirlas y actuar. Durante el desarrollo del proyecto, el número de quejas disminuyó, presentándose dos quejas de las diez obras que se ejecutaron.”

Este antecedentes permite obtener un conocimiento sobre la ventaja que se tiene para estandarizar los procesos operativos en una organización, apoyándonos a la estandarización de procesos, así mismo muestra que al estandarizar los procesos debemos identificar estos mismo y desarrollar su procedimiento de actividades asegurando la satisfacción de los requisitos de los clientes justificándose en la reducción de nivel de queja de los clientes.

- Vazques. (2013), *Propuesta De Mejora En Los Procesos Operativos De Las Sucursales En La Empresa Central Madeirense C.A*. Tesis para optar el título de Ingeniero Industrial, en la Universidad Simón Bolívar de Venezuela, tuvo como objetivo principal Proponer mejoras en los procesos operativos de las Sucursales en Central Madeirense C.A. donde las unidades de análisis, objetos de observación o estudio, fueron 2

Sucursales (muestra) de un total de 48 (universo), en la que sus técnicas de recolección de datos fueron la observación directa, consultas bibliográficas, fuentes electrónicas y software (Microsoft office 2007), concluyo que como único mecanismo confiable para corroborar la veracidad del contenido informativo del Manual de Normas y Procedimientos desarrollado y propuesto, se realizaron sesiones de validación con el personal responsable de la ejecución de las tareas operativas dentro de las Sucursales y de esta manera obtener un resultado cien por ciento veraz y que se ajuste por completo a la realidad de la operación. De esta manera se garantiza que el material desarrollado sea una herramienta útil para todo el personal involucrado dentro de los procesos y así minimizar al máximo la aparición de errores por desconocimiento de las normas y procesos existentes en la organización.

Esta investigación es importante ya que brinda un enfoque acerca de qué manera se puede llegar a mejorar los procesos operativos, mediante un manual procedimientos para el personal involucrado en las áreas operativas minimizando los errores de los empleados y obtener una satisfacción de los clientes por la atención recibida.

Se cuenta como antecedente nacional, los trabajo de investigación científica realizado por bachilleres para obtener el título profesional de diferentes áreas:

- Asmat & Pérez. (2015), para obtener el título profesional de Ingeniero de Sistemas, elaboraron las tesis titulada: *"Rediseño De Procesos De Recepción, Almacenamiento, Picking Y Despacho De Productos Para La Mejora En La Gestión De Pedidos De La Empresa Distribuidora Hermer En El Perú"* publicado por la Universidad San Martin de Porre, en Lima, Perú. La investigación fue aplicada y tuvo como objetivo es rediseñar los procesos de recepción, almacenamiento, picking y despacho de productos para la gestión de pedidos en la empresa Distribuidora Hermer. Se logró rediseñar los procesos de recepción, picking y despacho de productos para la mejora en la gestión de pedidos de la empresa Distribuidora Hermer. Es así que, se logró reducir en 23.2% el tiempo de ejecución del proceso de Gestión de Pedidos, 39% del proceso de Recepción y almacenado, 14.3% del proceso de Picking y 9.1% del proceso de Despacho. Se incrementó la eficiencia en 16.6% del proceso de Recepción y almacenado, 16.7% del proceso de Picking, 22.5% del proceso de Despacho y se logró asegurar la confiabilidad del stock de inventarios mediante el uso de Órdenes de Compra.

Dicho antecedente contribuye a realizar la correcta estandarización y diseño de los procesos operativos mejorando la gestión directa con los clientes reflejándose en la reducción de tiempo de duración en los procesos (pedido, recepción, y aplacamiento) a

su vez aumentando en la optimización de los recursos y obtener una correcta satisfacción del cliente.

- Farfán. (2015), para obtener el título profesional de licenciado en Administración de Turismo, elabora la tesis titulada *“La Gestión Del Servicio Como Propuesta De Mejora Para La Satisfacción De Clientes Caso: Museo San Francisco De Lima”* publicado por la Universidad Mayor de San Marcos, en Lima, Perú. Tiene como muestra los clientes externos (visitantes) que acuden al Museo de San Francisco de Lima el cual tiene una media 35 diaria de 300 visitantes y una media anual de 110 000 visitantes, esta población al ser mayor de 100 000 personas es considerada como una población infinita con una muestra representada por todos los visitantes (nacionales y extranjeros) que recibieron el servicio de guiado turístico en el Museo de San Francisco de Lima durante los meses de mayo y junio del 2011. Siendo la investigación No Experimental haciendo uso de instrumentos como encuestas-cuestionarios, entrevistas y observación directa donde el objetivo es Proponer la gestión del servicio como un instrumento de mejora para la satisfacción de clientes en el Museo de San Francisco de Lima. Llega a la conclusión “Los visitantes sienten satisfacción cuando sus expectativas han sido cubiertas y superadas, mientras que los trabajadores ofrecen un servicio de calidad cuando el servicio es gestionado adecuadamente. La satisfacción de los trabajadores mediante una gestión de servicio permite un servicio de calidad que se ve reflejado en el cumplimiento de las expectativas de los visitantes y por ende clientes satisfechos. El diseño de una guía de gestión para implementar un sistema de gestión de calidad en el Museo San Francisco permite obtener mejoras en el proceso de ofrecer servicio. La guía de gestión es un instrumento que permite revisar el proceso para implementar la propuesta del SGC ISO 9001:2008. El Museo de San Francisco de Lima propone, diseña e implementa el manual de calidad con el fin de entender y satisfacer adecuadamente las necesidades y las expectativas de sus clientes, gestionar eficientemente el servicio, detallar el proceso y procedimientos del servicio, documentar las mejores prácticas del museo, mejorar la gestión global del museo, satisfacer los requisitos de la norma internacional ISO”.

El antecedente citado en el párrafo anterior nos proporciona información la cual para llegar a tener la adecuada satisfacción de los clientes es necesario ofrecer un servicio de calidad mediante el cual se obtiene realizado una correcta gestión y mejora en los procesos detallando las actividades y procedimiento de estos mismos así como la documentación de las practicas que debes realizar los colaboradores permitiendo optimizar tiempo y recursos.

Se tiene como antecedente local, los trabajos de investigación científica realizados por bachilleres para obtener el título profesional de diferentes áreas:

- Reyes & Guzmán. (2013), *Propuesta de mejora de estandarización en el proceso de calidad de servicio para el incremento de la productividad de la empresa corporación comercial Jerusalén S.A.C.* Tesis para optar el título de Ingeniero Industrial, en la Universidad privada del Norte, en Trujillo, Perú. Como objetivo tiene Incrementar la productividad de la empresa Corporación Comercial Jerusalén SAC a través de la propuesta de mejora de estandarización en el proceso de calidad de servicio, siendo una investigación de tipo pre-experimental, teniendo como población el total de servicios de mantenimiento aceptados, realizadas por la empresa CORPORACION COMERCIAL JERUALEM SAC Llego a las conclusiones “Al realizar el estudio del presente proyecto se concluye que el proceso de Calidad de Servicio no está estandarizado, lo que conlleva a que la empresa esté sujeta a continuas penalidades que afectan su productividad.

Así mismo se determinó que dentro del proceso de Calidad de Servicio existen tres indicadores, donde el indicador calidad de servicio es el que no está cumpliendo con el estándar requerido (valor actual es 50%, valor requerido por el cliente es 100%), por lo cual la empresa ha tenido constantes penalidades, debido a la falta de estandarización del proceso.

Al realizar las propuestas de mejora, se logrará incrementar el indicador calidad de servicio en un 25% y así mismo se incrementará el indicador de productividad en un 28%. Por último se calcularon los indicadores económicos para la propuesta de mejora, obteniendo un VAN de S/. 240,447 y un TIR de 37.85%, este resultado nos indica que es viable la propuesta presentada.”

Esta referencia permite demostrar que la teoría de la estandarización del proceso es importante para mejorar el servicio de calidad evitando penalidades o sanciones. De las conclusiones mencionadas anteriormente observamos que al contar con una estandarización de proceso mejorar la calidad del servicio y así mismo la productividad llevando a tener indicadores económicos positivos para la organización.

- Hemeryth & Sánchez. (2013), *Implementación De Un Sistema De Control Interno Operativo En Los Almacenes, Para Mejorar La Gestión De Inventarios De La Constructora A&A S.A.C. De La Ciudad De Trujillo – 2013.* Tesis para obtener el Título Profesional de Contador Público y Licenciado en Administración, Publicado por la Universidad Privada Antenor Orrego de Trujillo, Perú. En la que su objetivo es Demostrar que con la implementación de un sistema de control interno operativo en los almacenes mejorará la gestión de los inventarios de la Constructora A&A S.A.C. de la



ciudad de Trujillo – 2013, donde la muestra estuvo conformada por 5 almacenes de la empresa Constructora A&A S.A.C. siendo sus instrumentos de recolección de datos la observación directa y cuestionarios. Concluye que “Se encontraron deficiencias en los procesos dentro de los almacenes, por lo que se definieron y documentaron, teniendo claro la secuencia de actividades a realizar por cada uno y permitiendo un mejor control de los inventarios”. Llegando como resultado que el 100% por ciento del personal de almacén cumple con los procedimientos establecidos.

Este estudio aporta a la investigación a tener un mejor control en los procesos ya que se tiene una clara visión de las actividades que se realizan de manera secuencial, siendo dichas actividades documentadas para que tenga en cuenta el personal que procedimientos realizar y evitar cometer errores al interactuar con el cliente.

## **2.2. Bases teóricas**

### **2.2.1. Estandarización de Procesos**

#### **2.2.1.1. Concepto**

Bravo. (2013), la gestión de procesos es una forma sistémica de identificar, comprender y aumentar el valor agregado de los procesos de la empresa para cumplir con la estrategia del negocio y elevar el nivel de satisfacción de los clientes.

La gestión de procesos con base en la visión sistémica apoya el aumento de la productividad y el control de gestión para mejorar en las variables clave, por ejemplo, tiempo, calidad y costo. Aporta conceptos y técnicas, tales como integralidad, compensadores de complejidad, teoría del caos y mejoramiento continuo, destinados a concebir formas novedosas de cómo hacer los procesos. Ayuda a identificar, medir, describir y relacionar los procesos, luego abre un abanico de posibilidades de acción sobre ellos: describir, mejorar, comparar o rediseñar, entre otras.

#### **2.2.1.2. Identificación de Procesos**

Bravo. (2013), hace una distinción entre tres tipos de procesos: estratégicos, del negocio y de apoyo.

##### **2.2.1.2.1 Procesos Estratégicos**

Los procesos estratégicos son aquellos relacionados con la estrategia de la organización, considera:

- La forma como se establece la visión, misión, valores, directrices funcionales, objetivos corporativos, departamentales y personales y el programa de acción entre otros componentes.
- La forma como se monitorea el cumplimiento de los objetivos, la definición de indicadores y como se mantienen actualizados.

- La forma de mantener actualizadas las definiciones estratégicas.

La forma como se comunica la estrategia y la forma de motivar a todos los integrantes de la organización en lograr sus definiciones, entre otros temas relacionados.

#### 2.2.1.2.2 **Procesos del Negocio**

Los procesos del negocio atienden directamente la misión del negocio y satisfacen necesidades concretas de los clientes. En empresas pequeñas se estima razonable identificar entre 1 y 3 de estos macro procesos; en empresas grandes este número puede llegar a 8. Estas cantidades también tienen relación con el grado de focalización de la organización, mientras más focalizada se encuentre, menor es el número de procesos del negocio. En general, los procesos del negocio están asociados a los productos o servicios que presta una organización.

#### 2.2.1.2.3 **Procesos de Apoyo**

Los procesos de apoyo son servicios internos necesarios para realizar los procesos del negocio. También se les llama procesos secundarios. En empresas pequeñas es fácil identificar hasta unos 20 procesos de apoyo, los que pueden llegar hasta 400 en grandes organizaciones, sin considerar las diferentes versiones de cada uno. Pueden ser:

- Compra de artículos de oficina
- Pago de anticipos
- Pago de remuneraciones
- Declaración y pago de impuestos
- Servicios de alimentación
- Impresión de formularios
- Reposición de maquinarias
- Reparación de maquinarias

#### 2.2.1.3. **Mapa de Procesos**

##### 2.2.1.3.1 **Definición**

Para Bravo. (2013), es una visión de conjunto, holística o “de helicóptero” de los procesos. Se incluyen las relaciones entre todos los procesos identificados en un cierto ámbito. Une los procesos segmentados por cadena, jerarquía o versiones. Vital contar con un glosario de términos en la organización, especialmente de los verbos empleados para describir procesos y actividades, así todos entienden lo mismo. Se usan dos tipos de mapas, global (de toda la organización) y de ámbito, este última aporta mayor detalle.

Retos en Supply Chain. (2017), Menciona la definición de los mapas de procesos de una compañía u organización se contempla durante la elaboración de su plan estratégico corporativo, con el objetivo de conocer mejor y más profundamente el funcionamiento y el desempeño de los procesos y las actividades en los que se halla involucrada, prestando una atención especial a aquellos aspectos clave de los mismos.

El mapa de procesos de una empresa se define gráficamente, en lo que se conoce como diagramas de valor, combinando la perspectiva global de la compañía con las perspectivas locales del departamento respectivo en el que se inscribe cada proceso. Su desarrollo, por lo tanto, debe tratar de consensuar la posición local y el desempeño concreto de dichos procesos con los propósitos estratégicos corporativos, por lo que resulta imprescindible identificarlos y jerarquizarlos en función de su definición específica.

#### 2.2.1.3.2 Pasos Para Realizar un Mapa de Procesos

Retos en Supply Chain. (2017), describe los siguientes pasos son:

- **Identificar a los actores que van a intervenir en él**, se entiende por actores a todas aquellas personas, empresas o instituciones que formen parte de la empresa de uno u otro modo.
- **Plasmar la línea operativa**. El segundo paso es establecer la línea que se sigue en el proceso /procesos a analizar. Para ello es necesario responder a qué se dedica la empresa. La respuesta es lo que se conoce como procesos clave y es lo que plasmaremos en este segundo punto.
- **Identificar los procesos de apoyo**. Seguro que el proceso principal requiere de procesos extra que le ayuden a desarrollarse por completo. Estos procesos de ayuda son los que hay que enumerar en este punto.
- **Establecer los procesos estratégicos**. Se conocen como procesos estratégicos a todos aquellos que hacen referencia a la dirección de la empresa: marketing, nuevos productos, contabilidad.
- Ahora es el momento de **plasmar todos estos procesos en el mapa y establecer relaciones entre ellos** de manera que, con un simple vistazo quede claro cuál es la función de cada proceso y cuál es su importancia para el desarrollo de la actividad.

## **2.2.1.4. Procesos Operativos**

### **2.2.1.4.1 Proceso de Venta**

Para Faria. (2015), el proceso de ventas, es por tanto el conjunto de actividades y/o etapas que deben realizarse para la consecución de una venta. Y el procedimiento de ventas será la forma en que realizaremos cada una de las etapas del proceso de ventas. La comprensión clara de la diferencia entre proceso y procedimiento de ventas, nos sirve como punto de partida para explicar las 6 etapas de la venta profesional.

Los mejores vendedores profesionales acometen una y otra vez la venta como un proceso de 6 etapas. Estas 6 etapas de venta son a su vez realizadas combinando diferentes herramientas, las cuales dan lugar a ser consideradas etapas cuando no lo son, en realidad son procedimientos. Lo entenderemos más fácilmente y de forma más clara enumerando las 6 etapas de la venta, y los diferentes procedimientos para a cometerlas. Son las siguientes:

- Prospección, la labor de prospección consiste en la identificación y localización sistemática de clientes potenciales, ya sean actuales o futuros. Sin Prospección no hay Ventas: lo primero es lo primero.
- Concertación, la concertación de una cita o entrevista con el cliente es el punto de partida de la venta, por lo que no puede dejarse a la improvisación. Concertación de Entrevistas: si no llamas no vendes
- Detección de necesidades (1ªEntrevista), una vez que nos hemos presentado y tenemos la atención e interés de nuestro prospecto, indagaremos sobre las necesidades de nuestro prospecto, realizando principalmente preguntas abiertas, y escuchando atentamente sus respuestas, haremos tan solo las preguntas necesarias y de la forma correcta que nos permitan descubrir las necesidades específicas que nuestro producto pueda satisfacer. Cuanto más hable nuestros prospecto o futuro cliente más información tendremos para en la siguiente etapa de la venta (Desarrollo de la solución), poder preparar una solución a sus necesidades atractiva y completa. ¿Quieres Vender más? No hables, escucha.
- Desarrollo de solución, es el momento de preparar nuestra propuesta de solución a sus necesidades. Si hemos realizado las correctas y necesarias preguntas de indagación, y hemos escuchado atentamente a nuestro cliente, tendremos la suficiente información, para realizar el “traje a medida” que nuestro futuro cliente necesita. Una propuesta de solución, siempre debe ser como su nombre indica, una solución, no un simple

argumentaría de características de nuestro producto, sino la exposición de como los beneficios y ventajas de nuestro producto darán solución a sus problemas y necesidades.

- Entrevista de cierre (2ª Entrevista)
- Seguimiento

#### 2.2.1.4.2 Proceso de Almacén

Según Chuqino. (2015), es el conjunto de procesos que optimizan la logística funcional, permitiendo tener fiabilidad de la información, maximización de volumen de disponible, optimización de las operaciones de manipuleo y transporte de mercadería, rapidez en entregas y con ello reducción de costos.

La gestión de almacenamiento se soporta en 5 de procesos básicos que son:

- Recepción: Proceso que permite el control y gestión de lo que ingresa al almacén -desde una importación o compra local hasta la logística inversa (devoluciones)-; la descarga de la mercadería y su posterior verificación (físico vs documentos).
- Almacenamiento: Proceso que permite identificar la mercadería y ubicarla (guardarla) en un espacio físico.
- Control de Inventario: La gestión de inventario tiene el encargo de velar por la existencia de los stocks dentro del almacén. Así mismo, corresponde a todos los movimientos que se realice de la mercadería (transferencia) de una zona a otra.
- Preparación de Pedidos (Picking/Surtido): Es el proceso se seleccionar la mercadería solicitada según las características que le correspondan (lote, fecha d vencimiento, fecha de manufactura, etc.).
- Despacho (Embarque): Proceso en el cual se gestiona la salida de la mercadería, que va desde la generación de la documentación necesaria (guías de remisión, hoja de packing, etc.); la inspección física del producto (físico vs documentos); hasta el embarque de la mercadería en el transporte correspondiente.

#### 2.2.1.4.3 Proceso de Transporte

Para Logística y Abastecimiento. (2013) el transporte es por excelencia uno de los procesos fundamentales de la estrategia logística de una organización, este componente es de atención prioritaria en el diseño y la gestión del sistema logístico de una compañía, dado que suele ser el elemento individual con mayor ponderación en el consolidado de los costos logísticos de la mayoría de empresas.

El profesional a cargo de las decisiones estratégicas y tácticas respecto a la gestión del transporte en cada compañía debe conocer claramente todos los factores que influyen en el transporte, así como los medios existentes, los costos asociados y la metodología idónea para su elección.

El diseño de un sistema logístico en una organización comprende la implementación de los procesos de Planificación, Aprovisionamiento, Producción, Distribución y Servicio al Cliente. Para lograr integrar todos estos procesos se hace necesario trabajar en la solidez de los flujos, es decir, decidir sobre la definición de sus redes de distribución, la ubicación de sus almacenes, el modo de gestionar su inventario y el cómo unir todas estas partes con los actores de la Cadena de Abastecimiento (Proveedores, Distribuidores y Clientes).

La gestión del transporte tiene dos tareas imperativas, estas son la elección del medio o los medios de transporte a utilizar y la programación de los movimientos a emplear. Estas casi que ocupan el derrotero de la gestión del transporte, dado que todas las decisiones que tomen deben ajustarse a unas medidas óptimas teniendo en cuenta los siguientes factores:

- Costos
- Rapidez de Entrega
- Eficiencia
- Seguridad
- Precisión
- Modo
- Servicio al cliente

Cabe recordar que al utilizar una flota privada la gestión del transporte también debe determinar el tipo y número de transportistas, así como diseñar los manuales de funciones, procesos con sus respectivos indicadores de desempeño.

#### **2.2.1.5. Indicadores del Proceso**

Según Bravo (2013), los indicadores y mediciones siempre acompañan a la gestión de procesos. ¿Qué se mide? Aspectos clave del proceso conocidos como variables críticas. El tiempo es la variable más común en la gestión de procesos y la productividad. También se trabaja en disminuir la cantidad de errores, aumentar la satisfacción del cliente y muchos otros. Una de esas variables es el costo del proceso, difícil de obtener porque la contabilidad financiera tradicional aporta poca información para realizar un monitoreo aceptable, haciendo necesario establecer sistemas de información con ese objetivo.

Hay ocasiones en que estos sistemas de información son simples y su implementación no tiene mayor dificultad, en otras, la complejidad es tal que es discutible la calidad de la información y se comienzan a tener problemas de credibilidad.

Un aspecto crucial y que puede conducir a establecer un sistema de información es ¿cómo se mantendrá la medición?, es decir, ¿será una medición continua? ¿O una medición contratada ha pedido? Tal como informes periódicos al dueño del proceso.

#### **2.2.1.6. Business Process Management (BPM)**

Club BPM. (2013), el BPM, con sus enfoques evolucionados y sus tecnologías punta, ha emergido como el elemento clave para proveer a las organizaciones de la “Agilidad” y “Flexibilidad” necesaria para responder de forma rápida a los nuevos cambios y oportunidades de mercado. Popularmente se llama Gestión de Procesos de Negocio (BPM – Business Process Management) a “la metodología empresarial cuyo objetivo es mejorar la eficiencia a través de la gestión sistemática de los procesos de negocio, que se deben modelar, automatizar, integrar, monitorizar y optimizar de forma continua. Como su nombre sugiere, BPM se enfoca en la administración de los procesos del negocio”. Es mucho más, es un conjunto de herramientas, tecnologías, técnicas, métodos y disciplinas de gestión. Y cómo deseamos gestionar esos procesos, ese conjunto nos va a permitir identificar procesos, modelizar, analizar el comportamiento, ejecutar los procesos (automatización), control la ejecución de los procesos y optimizar los procesos para la mejora continua.

#### **2.2.1.7. Principales Funcionalidades**

Club BPM. (2013), en cuanto a las principales funcionalidades que BPM provee, tenemos.

- Asignar actividades a las personas de forma automática y según cualquier criterio, o según cargas de trabajo.
- Recordar a las personas sus actividades, las cuales son parte de una cola de Workflow.
- Optimizar la colaboración entre personas que comparten actividades.
- Automatizar y controlar el flujo de documentos, datos e imágenes.
- Asignarle proactivamente a las personas que deben ejecutar las actividades, todos los recursos necesarios (Documentos, información, Aplicaciones, etc.) en cada una de ellas.
- Definir y controlar “alertas” según criterios de tiempo, de evento o de condición, provocando así algún mensaje a un supervisor, un “escalado” de actividades a otras personas para que las resuelvan, y/o una resignación automática.

- Modificar los procesos y gestionar excepciones “en vivo”, o “al vuelo”, y desde cualquier lugar, es decir, permitir modificar cualquier instancia de proceso ya iniciada, sin necesidad de volver a iniciarla y sin necesidad de meter mano informáticamente. Además, a través de cualquier navegador para que realmente se pueda realizar desde cualquier lugar.
- Proveer una vista “on-line” para supervisores del estado e histórico de cada instancia de proceso, de cada actividad, y del desempeño de las personas.
- Hacerles llegar a cada persona sus actividades y alertas, independientemente de su ubicación geográfica, a través de la WEB, Email, SMS, o cualquier otro dispositivo móvil.
- Proveer métricas para responsables de áreas, organizadores, gestores de procesos y calidad, tanto para efectos de Mejora Continua como de Indicadores de Calidad y de Gestión.
- Integrarse fácilmente con otros sistemas, aplicaciones y ERPs.
- Proveer un alto nivel de soporte para la interacción humana

#### 2.2.1.8. Puntos de Intervención Sobre los Procesos

Bravo. (2013), la gestión de procesos considera tres grandes puntos de acción sobre los procesos: describir, mejorar y rediseñar, no como opciones excluyentes, sino como selecciones de un abanico de infinitas posibilidades. No son diferencias absolutas. En la práctica puede suceder que del rediseño de procesos surja un cambio pequeño y que de un proyecto de aseguramiento de calidad se obtenga un gran cambio. Una buena parte de la motivación es describir o documentar procesos para perfeccionarlos y que respondan a una lógica actualizada, que sean consistentes y que se transformen en estándares, intentando que esas prácticas efectivamente se usen.

- **Describir los procesos**

Un objetivo deseable es tener procesos documentados, actualizados y consistentes que capitalicen el conocimiento de la organización. Algunas características de la descripción de procesos son:

- o Un proceso bien descrito puede ser comunicado y enseñado, reforzando las posibilidades de la capacitación y de la inducción.
- o En la misma línea, cuando los procesos están descritos se puede confeccionar un plan de capacitación más rico y consistente.
- o Se tiene la visión de conjunto de las actividades, en lugar de “compartimentos estancos”, o visión en “feudos”.
- o Se puede llevar un mejor control de costos.



- Es una oportunidad de reforzar la comunicación y la participación, ya que la descripción de procesos requiere del aporte de todos.
- Se logra mejor control con el conocimiento de cómo se hacen las cosas, se refuerza el trabajo de la auditoría de procedimientos.
- Se incrementa la posibilidad de estandarización y normalización, con la descripción es posible comparar con otros procesos.
- Cuando el trabajo es conocido, se incrementa la posibilidad de trabajar en equipo y hay menores motivos de conflicto. En consecuencia, aumenta la motivación.
- Se obtiene “de regalo” dejar en evidencia el cambio obvio, porque un proceso descrito se hace visible, deja de estar operado en forma subconsciente, con “piloto automático”.
- También queda en evidencia cuáles son los procesos más rentables, aquellos donde hay que poner énfasis.
- El trabajo se orienta a describir lo que se hace y a garantizar que así se hace.
- Junto con conocer los procesos se pueden aplicar algunas fórmulas de costeo.
- Permite dejar bien establecidas las fronteras y responsabilidades.
- Es el mínimo exigido en las normas de calidad y auditorías de procedimientos.

- **Mejorar los Proceso:**

La idea es perfeccionar lo que se está haciendo. En muchas organizaciones esta es una opción relativamente fácil de implementar cuando existe una cultura de participación. Mejorar los procesos incluye practicar benchmarking, es decir, comparar nuestros procesos con las mejores prácticas del medio y así aprender y mejorar. Aunque, en estricto rigor, el benchmarking está a medio camino entre mejorar y rediseñar, porque los cambios que se proponen a veces son tan grandes que pueden transformar totalmente un proceso. La mejora de procesos exige la descripción previa de los procesos, por lo tanto, es una línea de trabajo que se complementa con la anterior (describir los procesos). Algunas características de la mejora de procesos:

- Normalmente el cambio es pequeño.
- Se busca perfeccionar los detalles del proceso existente, para mejorar en aspectos bien estudiados de costo, eficiencia, resultados, tiempo, calidad de atención, etc.

- Se habla del cliente interno y su satisfacción.
- El cliente interno es quien realiza el siguiente paso de una serie que concluye en el cliente externo.
- Comienza algún nivel de cuestionamiento de por qué se hace de esa manera y mejor aún, para qué se hace.
- Desde el comienzo del proyecto se discuten nuevas actividades, tareas y procedimientos relacionados con el proceso.
- Se aprecia una orientación más al interior del proceso, a mejorar sus detalles.
- Se tiende a crear equipos de trabajo con las mismas personas que realizan o dirigen un proceso.
- A veces se forman grupos más bien permanentes que vigilan los procesos y hacen mejora continua, son círculos o comités de calidad dirigidos desde un departamento de gestión de calidad.

- **Rediseñar los Procesos:**

Hacemos rediseño de procesos para obtener un beneficio mayor, con la probable consecuencia de que el cambio en el proceso también sea grande. Por lo tanto, es preferible no entrar demasiado al detalle del funcionamiento previo del proceso, es suficiente con una descripción general.

Sin pretender agotar el tema ni descartar otras definiciones, una definición de rediseño de procesos es: identificar los procesos, las variables críticas y valores idealizados que interesan a los clientes. Inventar propuestas consistentes, con responsabilidad social y en armonía con el propósito de la organización. Con algunas precisiones:

- En rediseño de procesos claramente el cliente es el cliente externo, a quien está destinado nuestro producto y quien nos provee de ingresos.
- Propuestas consistentes se refiere a proyectos sólidos, técnicos, sociales y económicamente factibles y que satisfagan los valores idealizados de las variables críticas. Son propuestas que incluyen la buena implementación.
- La responsabilidad social es fundamental, porque se trata de generar propuestas que no afecten negativamente el empleo, el ambiente, la seguridad, la calidad o el nivel de servicio durante el desarrollo del proyecto.

- El propósito de la organización incluye visión, misión, valores y alinear intereses entre los diferentes grupos con que se relaciona: clientes, dueños, trabajadores, administradores, proveedores y muchos otros.

¿Por qué rediseño? En realidad es un poco pretencioso decir “rediseño”, porque supone que antes se hizo un diseño, eso contradice la experiencia en la mayoría de las organizaciones donde los procesos han “surgido espontáneamente”, es decir, han sido copiados o los han traído nuevos integrantes de la organización sin que hubiera existido antes un proceso formal de diseño. Hacemos rediseño porque queremos mejorar en mucho los resultados de variables críticas: el tiempo de espera, el costo, el tiempo del ciclo, la imagen y tantas otras. Entonces, el rediseño permite obtener un gran avance que requiere un gran cambio.

## **2.2.2. ISO 9001:2015**

### **2.2.2.1. Que es ISO 9001**

LRQA España (2017), ISO 9001 es una norma de sistemas de gestión de la calidad (SGC) reconocida internacionalmente. La norma ISO 9001 es un referente mundial en SGC, superando el millón de certificados en todo el mundo. Es aplicable a cualquier organización independientemente de su tamaño y ubicación geográfica. Una de las principales fortalezas de la norma ISO 9001 es su gran atractivo para todo tipo de organizaciones. Al centrarse en los procesos y en la satisfacción del cliente en lugar de en procedimientos, es igualmente aplicable tanto a proveedores de servicios como a fabricantes.

### **2.2.2.2. Importancia de la ISO 9001 en el Negocio**

LRQA España (2017), la norma ISO 9001 de sistemas de gestión de la calidad proporciona la infraestructura, procedimientos, procesos y recursos necesarios para ayudar a las organizaciones a controlar y mejorar su rendimiento y conducirles hacia la eficiencia, servicio al cliente y excelencia en el producto. La certificación ISO 9001 SGC le ayuda a transmitir:

- Compromiso a sus accionistas
- Reputación de su organización
- Satisfacción de cliente
- Ventaja competitiva

### 2.2.2.3. Características de ISO 9001:2015

ISO Tools (2017), define las siguientes características:

- **Enfoque basado en procesos**, en la nueva versión, el enfoque basado en procesos se convierte en el “Sistema de Gestión de la Calidad y sus procesos”. Si hay algo que destacar como principal ventaja de este enfoque, hay que centrarse en el incremento de la gestión y control de las interacciones existentes entre procesos y jerarquías funcionales de cada organización.
- **Lenguaje**, aunque la norma siempre ha sido aplicable a cualquier sector, en esta nueva versión ISO 9001 2015 se ha trabajado para que el lenguaje empleado sea simple y comprensible por cualquier persona.
- **Análisis del Contexto**, en esta nueva ISO 9001:2015 existe un nuevo apartado “contexto de la organización”, en dicho punto, se trata la necesidad de tener en cuenta y analizar el entorno socio-económico de la empresa y los vínculos existentes con los stakeholder (internos y externos). Este análisis facilitará la identificación de problemas y necesidades que puedan generar un impacto en la planificación de los Sistemas de Gestión de Calidad.
- **Pensamiento basado en riesgo**, Es uno de los cambios más importantes en la nueva ISO 9001, ya que este concepto se introduce en la totalidad del sistema de gestión, es decir, durante el establecimiento, implantación, mantenimiento y mejora. Para gestionar los riesgos se pueden adoptar la metodología que más se ajuste a las necesidades de la empresa.
- **Acciones Preventivas**, se eliminan las acciones preventivas en la nueva edición de la norma ISO 9001, ya que el propio Sistema de Gestión de la Calidad debe actuar como herramienta preventiva.
- **Partes Interesadas**, ya no sólo se habla de clientes en la ISO 9001:2015, sino que en ella se determinan los requerimientos necesarios para cumplir con las exigencias de las partes interesadas y así lo podremos dentro de “Comprensión de las necesidades y expectativas de las partes interesadas
- **Representante de la Dirección**, esta figura deja de ser obligatoria en la ISO 9001:2015, se le da más importancia a la involucración de la alta dirección como vemos en el punto de Liderazgo.

- **Gestión de Conocimiento**, la gestión del conocimiento ocupa un nuevo numeral en la norma, en concreto es “Conocimiento organizacional”, en el que se indica que es la organización la encargada de establecer qué conocimiento es requerido para que el Sistema de Gestión de la Calidad opere correctamente para lograr productos y/o servicios que satisfagan al cliente.
- **Procesos Externalizados**, en el apartado “Control de los productos y servicios suministrados externamente” se habla sobre que existe la posibilidad de subcontratar procesos o subprocesos a terceras empresas.
- **Competencia del personal**, la norma ISO 9001 en su versión 2015 trata en el apartado “Competencia” de la necesidad de establecer con criterio cada lugar de trabajo y elaborar criterios que validen dicha competencia.

#### 2.2.2.4. Guía del Usuario ISO 9001:2015

APCER. (2016), La adopción de un SGC es, según la ISO 9001:2015, una decisión estratégica de la Organización, es decir, tomada al más alto nivel de la Organización para servir a un propósito específico y obtener resultados. Al dirigirse a la capacidad de satisfacer las necesidades y expectativas de los clientes, aumentar su satisfacción a través de un SGC y mejorar el desempeño global de la Organización, la ISO 9001 lidia con el propósito fundamental de la existencia de una Organización. Contribuye al pilar económico de la sostenibilidad, lo que a su vez permite a la Organización tener la capacidad y los medios para otras iniciativas de sostenibilidad. La estructura de la nueva ISO 9001:2015 incluye dos nuevos requisitos:

##### 2.2.2.4.1 Objetivo y Campo de Aplicación

Una Organización que aplica esta norma consigue demostrar que suministra P&S conformes con los requisitos del cliente y legales aplicables, asegurando la confianza de que satisface las necesidades y expectativas de sus clientes y busca aumentar su satisfacción a través de procesos de mejora. El objetivo y campo de aplicación de la norma es una sección clave que nos dice el porqué de la norma y a quién se destina. Aquí se expresan los resultados que la Organización debe obtener con la aplicación de la norma: demostrar su capacidad para proporcionar regularmente productos y servicios que satisfagan los requisitos del cliente y los legales y reglamentarios aplicables. Compete a la Organización demostrar la conformidad de sus productos, servicios, procesos y del sistema, incluyendo la mejora con miras al aumento de la

satisfacción del cliente. Para ello, la Organización tendrá de aplicar los requisitos de la ISO 9001, de las secciones 4 a 10, secciones por las cuáles es evaluada la conformidad con la norma.

#### 2.2.2.4.2 Referencia Normativa

La ISO 9000:2015 es la única referencia normativa citada en esta sección y es en ella que se encuentran definidos los conceptos esenciales para la correcta comprensión de la ISO 9001:2015. Esta sección distingue referencias fechadas de no fechadas, explicando que en el primer caso solamente se aplica la edición referida, en cuanto para referencias no fechadas se deberá seguir la versión más reciente de la norma. Estando la referencia a la ISO 9000 fechada (ISO 9000:2015), la misma que será objeto de revisiones posteriores, la versión de 2015 será siempre aquella a consultar en el contexto de la ISO 9001:2015. La única modificación introducida en esta sección está relacionada con la edición de la norma referenciada que pasó de la ISO 9000:2005 a la más actual de 2015. Además de este punto, la ISO 9000 es referida en:

- 0.2 Principios de la calidad;
- 0.4 Relación con otras normas de sistemas de gestión;
- 3 Términos y definiciones.

#### 2.2.2.4.3 Términos y Definiciones

Se hizo un gran esfuerzo de la parte de la ISO/TC 176 WG 24 durante la redacción de la ISO 9001:2015, para simplificar el lenguaje y mantener la terminología alineada con las demás normas de sistemas de gestión. Hubo una orientación para usar, en la medida de lo posible, los términos con el significado del diccionario, evitando un lenguaje demasiado técnico. No obstante, algunos términos necesitan ser definidos a través del concepto y del significado técnico que se les atribuye. Siendo una norma de requisitos, los mismos son escritos utilizando el verbo de acción debe, seguido de su complemento directo. Otras formas verbales están normalizadas, tal como se ha descrito en la Introducción y son aplicables a cualquier norma ISO. Los términos y definiciones presentes en la ISO 9000:2015 son aplicables a la ISO 9001:2015 y presentan modificaciones frente a la edición anterior, por lo que podrá ser útil su consulta para aclarar algunos conceptos. La siguiente figura aclara el significado de diversas expresiones usadas en la norma, con el objetivo de facilitar su lectura y comprensión.

Figura 3: Expresiones usadas en la norma ISO 9001

AMBIENTE PARA LA OPERACIÓN DE LOS PROCESOS	Utilizado en la versión de la norma de 2015 en sustitución del término "ambiente de trabajo".
DETERMINAR	Establecer o descubrir seguramente a través de investigación, análisis o cálculo.
DEBE O DEBEN	Indica un requisito (traduce "shall").
DEBERÁ O DEBERIAN	Indica una recomendación (traduce "should").
EXCLUSIONES	Dejó de ser usado en la versión de la norma de 2015, apareció no obstante el concepto de "aplicabilidad".
PROVEEDOR EXTERNO	Usado en la versión de la norma de 2015 en sustitución del término "proveedor".
INFORMACIÓN DOCUMENTADA	Usado en la versión de la norma en sustitución de términos más específicos como "documentación", "manual de calidad", "registros", etc.
PUEDE O PUEDEN	Indica una posibilidad o capacidad (traduce "can").
PODRÁ O PODRÁN	Indica una permisión (traduce "may").
PRODUCTOS Y SERVICIOS	Usado en la versión de la norma de 2015 en sustitución del término "productos".
PRODUCTOS Y SERVICIOS DE PROVEEDORES EXTERNOS	Usado en la versión de la norma de 2015 en sustitución del término "producto comprado".
RECURSOS DE MONITORIZACIÓN Y MEDICIÓN	Usado en la nueva versión de la norma en sustitución del término "equipo de monitorización y medición".
RELEVANTE	Indica que el requisito debe aplicarse en la medida en que sea relevante para la Organización, o sea, no es requerido que sea aplicado sistemáticamente a todo, cabiendo a la Organización determinar esa relevancia. Ejemplo: "debe establecer roles, responsabilidades y autoridades a los niveles y funciones relevantes" – En una Organización existen frecuentemente roles y funciones que no tienen impacto en el SGC y como tal la aplicación de este requisito no es relevante para alcanzar los objetivos.

Fuente: APCER (2016)

#### 2.2.2.4.4 Contexto de la Organización

Identificar las cuestiones internas consiste en comprender la realidad de la Organización: quién es, lo que hace, para que lo hace, con qué medios, con qué personas. Identificar los factores es entender las condicionantes y las posibilidades existentes para alcanzar sus objetivos. Por ejemplo, la realidad de una empresa familiar donde el fundador aún actúa fuertemente, es muy diferente de la realidad de una empresa estatal, aunque actúen en la misma rama de actividad – son realidades diferentes y el SGC tiene que reflejarlas. La identificación de las cuestiones internas puede ser facilitada considerando cuestiones asociadas a los valores, y a la cultura, al conocimiento y desempeño de la Organización y al proceso de toma de decisiones. Identificar cuestiones externas corresponde a conocer el medio en que la Organización se incluye y opera, para identificar los factores que la pueden influenciar. El contexto externo puede que tenga que ser considerado a nivel local, regional, nacional, internacional o global. Evidencia de que las cuestiones externas e

internas son determinadas, conocidas, monitorizadas y revisadas con la frecuencia adecuada para mantenerse actualizadas. Cuando ocurren cambios relevantes, se debe verificar si estos son llevados a la alta dirección para su revisión.

La Organización demuestra conocer las partes interesadas relevantes por la influencia que pueden tener en la determinación de los requisitos de los P&S, y que monitorea y revisa la información pertinente sobre estas partes interesadas. Cuando determinado por la Organización, esta es capaz de explicar porque considera no existir otras partes interesadas relevantes además del cliente y de las entidades que reglamentan los productos y los servicios.

#### 2.2.2.4.5 **Liderazgo**

Esta sección está dirigida a la alta dirección de la Organización, pero se puede aplicar también a los líderes de todos los niveles de la Organización, desde el primer nivel de supervisión hasta al Consejo de Administración. Tiene como objetivo aclarar el papel del liderazgo en la gestión eficaz de la calidad para la creación de valor en la Organización y sus partes interesadas, a través de la satisfacción sostenida del cliente y de la mejora. Según la definición de la ISO 9000, la gestión de alto nivel (o alta dirección) es la “persona o el grupo de persona que dirige y controla la Organización al más alto nivel”. La alta dirección marca el rumbo y conduce la Organización en esa dirección, aclara la razón de su existencia, define los objetivos, decide sobre la mejor forma de utilizar los recursos, orienta e inspira las personas de la Organización de modo que éstas contribuyan para lograr los objetivos, asegurando su alineación. Asume la representación legal de la Organización, respondiendo por la misma y es llamada a tomar las decisiones más difíciles e importantes. Decide sobre la adopción de la ISO 9001 en la Organización.

#### 2.2.2.4.6 **Planificación**

Priorizar las actividades y los procesos del SGC de acuerdo con su impacto potencial en los resultados deseados, y aprovechar las oportunidades que se van presentando. La ISO 9000 define riesgo como el efecto de la incertidumbre. A pesar de la definición formal incluir la posibilidad de efectos negativos y positivos del riesgo, en el día a día la preocupación usual es la de evitar o minimizar las consecuencias potenciales negativas. El riesgo puede ser tratado considerando la probabilidad de que ocurra algo y las consecuencias potenciales de ese suceso - la criticidad. Atendiendo a las diversas definiciones encontradas en diccionarios, puede considerarse una oportunidad como un período de tiempo, circunstancia, coyuntura o situación



favorable para que alguna cosa ocurra. Una oportunidad puede derivarse de una nueva tecnología que no estaba disponible antes, de nuevos proveedores potenciales, cambios de precio de materiales o mano de obra, entre otros. La Organización demuestra que identifica efectivamente los riesgos y las oportunidades, y los considera en la planificación del SGC. La práctica (metodología) podrá estar descrita o no, siendo una decisión de la Organización. Pueden, incluso, coexistir prácticas diferentes en la Organización.

#### 2.2.2.4.7 **Apoyo**

Los recursos que una Organización necesita para gestionar su actividad deben incluir todos los medios necesarios para que los objetivos de la Organización sean alcanzados. Pueden incluir recursos financieros, personas, recursos materiales y tecnológicos, entre otros. La complejidad e interacción de los procesos, las competencias y experiencia necesarios para su realización con éxito deben ser igualmente tenidas en cuenta en la definición de los recursos necesarios al SGC. Las Organizaciones utilizan los recursos para alcanzar sus objetivos. En ese sentido, la Organización debe considerar las capacidades y las limitaciones de los recursos internos existentes y lo que es necesario obtener de los proveedores externos. La ISO 9001:2015 requiere que la Organización determine esos recursos y que los asegure.

#### 2.2.2.4.8 **Operación**

La Organización planifica, ejecuta y controla los procesos necesarios para el suministro del producto y prestación del servicio para asegurar la conformidad con los requisitos. La Organización debe determinar la información documentada, documentos y registros, que considere necesaria y adecuada para comprobar que los procesos son realizados de acuerdo con la planificación, así como la acción necesaria para demostrar la conformidad de los P&S con los requisitos.

#### 2.2.2.4.9 **Evaluación del Desempeño**

La Organización determina los métodos de seguimiento, medición, análisis y evaluación adecuados para obtener información válida sobre el desempeño del SGC y la satisfacción del cliente. La eficacia del SGC solo puede ser determinada con confianza si los datos que lo soportan son fiables y representan adecuadamente la característica a evaluar. La aplicación de esta sección orienta las Organizaciones en el sentido de recoger datos con calidad. Con este fin se pretende que la Organización determine:

- Que necesita monitorizarse y medirse;
- Los métodos de seguimiento, medición, análisis y evaluación necesarios para asegurar resultados válidos;
- Cuándo se debe proceder a la monitorización y a la medición
- Cuándo se debe proceder al análisis y a la evaluación de los resultados de la monitorización y de la medición; y
- La información documentada adecuada y que la retenga como evidencia de los resultados.

#### 2.2.2.4.10 Mejora

La ISO 9001:2015 requiere que la Organización determine y seleccione oportunidades de mejora, promoviendo ahora un concepto de mejora más amplio que el de la mejora continua de la eficacia del SGC. Esta sección se enmarca en el principio de la gestión de la calidad “mejora”, que establece que las Organizaciones exitosas tienen un enfoque permanente en la mejora, mencionándose aquí prácticas de gestión centradas en la identificación y realización de acciones de diferentes tipos de mejora con un carácter amplio que intentan dar respuesta a:

- Implementación de mejoras en los P&S para cumplir requisitos actuales y necesidades y expectativas futuras;
- Corrección, prevención o reducción de efectos indeseables;
- Mejoras en el desempeño y eficacia del SGC.

### 2.2.3. Satisfacción al Cliente

#### 2.2.3.1. Cliente

##### 2.2.3.1.1 Concepto

Para Chao. (2012), EL cliente constituyen el eje principal de cualquier empresa. El estudio en profundidad (necesidades, expectativas, demandas, satisfacciones, etc.) del cliente posibilitará el establecimiento de pautas de actuación adecuadas para la consecución de un servicio de calidad. Este estudio o análisis debe ser periódico para conseguir una adaptación adecuada de las pautas de actuación y también de los posibles cambios surgidos.

##### 2.2.3.1.2 Características que Definen al Cliente

Para Chao (2012), ofrecer una atención y servicio personalizado y conseguir la adecuación de los productos a las demandas de los clientes, necesitamos recopilar datos demográficos, sociológicos, psicológicos, etc., que definan sus necesidades, expectativas y demandas. Utilizaremos para ello distintos instrumentos de valoración como pueden ser las entrevistas personales, las encuestas, etcétera.

*Figura 4: Identificación de las características de los clientes*



Fuente: Libro Disposición y Venta de Productos (2012)

#### 2.2.3.1.3 Factores que Determinan el Perfil del Cliente

Chao. (2012), debemos hacernos la siguiente pregunta: ¿qué aspectos del cliente debemos conocer para mejorar nuestros productos y servicios y prosperar en el mercado? Todos los clientes son distintos; sus características vienen determinadas por diversos factores, entre ellos, los que recoge la siguiente tabla:

*Tabla 1: Características que definen el perfil del cliente*

<b>Características demográficas</b>	Edad
	Sexo
	Localidad
<b>Características sociológicas</b>	Clase social
	Nivel de ingresos
	Formación
	Tipos de compras que realiza
	Servicios que utiliza
<b>Características psicológicas</b>	Frecuencia y horario de compra
	Estilo de vida
	Actitudes
	Motivaciones
	Aprendizaje o conocimiento de los productos

Fuente: Libro Disposición y Venta de Productos (2012)

#### 2.2.3.1.4 Tipología de Clientes:

Chao. (2012), la tipología de un cliente no es estática, sino que cada sujeto puede variar su conducta dependiendo del entorno y el momento en el que se encuentre.

*Tabla 2: Descripción de Cliente Racional*

TIPO DE CLIENTES RACIONAL	
<b>Características</b>	✓ Sabe lo que quiere y necesita.
	✓ Es concreto y conciso en sus demandas y opiniones.
	✓ Pide información exacta.
<b>Pautas de actuación</b>	✓ Demostrar seriedad e interés.
	✓ Demostrar seguridad y profesionalidad.
	✓ Ofrecer información precisa y completa.

Fuente: Libro Disposición y Venta de Productos (2012)

*Tabla 3: Descripción de Cliente Reservado*

TIPO DE CLIENTES RESERVADO	
<b>Características</b>	✓ Evita mirar a los ojos.
	✓ Procura mantener distancia con el vendedor.
	✓ No exterioriza sus intereses ni opiniones.
	✓ Busca información completa.
	✓ Necesita tiempo para valorar y decidir.
<b>Pautas de actuación</b>	✓ Hacer preguntas de respuesta fácil.
	✓ Animarle a que exprese sus demandas y opiniones.
	✓ Mostrar variedad de productos.
	✓ No interrumpir sus intervenciones.
	✓ Mostrar calma y tranquilidad y no presionar.
	✓ Dejarle tiempo para pensar.
	✓ Atender a otros clientes mientras decide.

Fuente: Libro Disposición y Venta de Productos (2012)

*Tabla 4: Descripción de Cliente Indeciso*

TIPO DE CLIENTES INDECISO	
---------------------------	--

<b>Características</b>	✓ Muestra una actitud de duda e indecisión.
	✓ Demanda gran cantidad de información para la toma de decisiones.
	✓ Necesita mucho tiempo para decidirse.
<b>Pautas de actuación</b>	✓ No mostrar inquietud ni prisa.
	✓ No presionar.
	✓ Hacerle creer que es capaz de tomar una decisión acertada.
	✓ Ofrecer información precisa y objetiva.
	✓ No mostrar demasiados productos.
	✓ Atender a otros clientes mientras decide.

Fuente: Libro Disposición y Venta de Productos (2012)

*Tabla 5: Descripción de Cliente Dominante*

TIPO DE CLIENTES DOMINANTE	
<b>Características</b>	✓ Necesita expresar sus conocimientos, mostrar superioridad y controlar la conversación.
	✓ Cree conocer los productos.
	✓ Duda de la información ofrecida sobre productos y servicios y de las soluciones aportadas.
	✓ Exige mucha atención.
	✓ Busca continuamente que le elogien.
<b>Pautas de actuación</b>	✓ Ofrecer información objetiva basada en datos demostrados y probados.
	✓ Escuchar activamente.
	✓ Mostrar calma, tranquilidad y seguridad.
	✓ No discutir ni interrumpirle bruscamente.
	✓ Realizar demostraciones.
	✓ No considerar sus críticas como algo personal.

Fuente: Libro Disposición y Venta de Productos (2012)

*Tabla 6: Descripción de Cliente Hablador*

TIPO DE CLIENTES		HABLADOR
<b>Características</b>		✓ Expone diversos temas incluso sin relación con la compra.
		✓ Se interesa por la opinión del vendedor.
		✓ Necesita que estén pendientes de él.
<b>Pautas de actuación</b>	<b>de</b>	✓ Tratar de conducir la conversación hacia la venta.
		✓ Realizar preguntas concretas.
		✓ Ofrecer información breve y precisa.
		✓ No mostrar inquietud ni prisa.
		✓ No entrar en conversaciones sobre asuntos ajenos a la compra.

Fuente: Libro Disposición y Venta de Productos (2012)

*Tabla 7: Descripción de Cliente Impaciente*

TIPO DE CLIENTES		IMPACIENTE
<b>Características</b>		✓ Siempre tiene prisa.
		✓ Necesita que le presten atención.
		✓ Se pone nervioso mientras espera.
<b>Pautas de actuación</b>	<b>de</b>	✓ Mostrar interés por él lo antes posible, preguntando lo que necesita.
		✓ Hacer un hueco para atenderle mientras otros clientes piensan o evalúan artículos.
		✓ Ofrecer información concisa y pocos productos.
		✓ Aportar información escrita que pueda valorar en otro momento.

Fuente: Libro Disposición y Venta de Productos (2012)

Estas pautas de actuación son simplemente una guía de trabajo; en ningún momento debemos mecanizar la atención al cliente, sino tratar de personalizarla y hacer sentir a cada cliente único. Procuraremos hacerle sentir que comprendemos sus opiniones y exponer de forma asertiva la calidad y utilidad de los productos y servicios ofertados.

### **2.2.3.2. Atención al Cliente**

#### **2.2.3.2.1 Cómo Evalúa los clientes tu Servicio**

Para Pontificia Universidad Católica. (2013), atención y servicio no son lo mismo, el cliente o la cliente se fija en todos los detalles y reacciona ante ellos. Debes conocer los cinco elementos básicos a valorar para mantener un eficiente control sobre los procesos de atención al cliente. Los elementos básicos a tener en cuenta son:

- Elementos tangibles: Como las instalaciones y los equipos de la empresa, la presentación del personal, los materiales de comunicación y la exhibición de los productos.
- Cumplimiento: Implica desarrollar el servicio prometido oportunamente, es decir, lo que el/la vendedor/a ofrece en palabras lo cumpla con la entrega del producto o servicio.
- Disposición: Es ayudar a los/as clientes/as a escoger el producto, proporcionándoles una asesoría para que se sienta satisfechos/as.
- Cualidades del personal: Los/as vendedores/as deben demostrar que son competentes en su trabajo y capaces de inspirar confianza.
- Empatía: Los/as vendedores/as deben conocer al cliente/la cliente, entender sus necesidades y mantener con él/ella una comunicación positiva y permanente.

#### **2.2.3.2.2 La Comunicación con el Cliente/ Cliente**

Pontificia Universidad Católica. (2013), en la atención al cliente uno de los aspectos más importantes es la COMUNICACIÓN, pues es la base de las buenas relaciones con el cliente/ la cliente, ésta consiste en: la transmisión de información desde un emisor, hasta un receptor, por medio de un canal. En la comunicación con el cliente/ la cliente debemos prestar atención tanto a la comunicación verbal como a la no verbal.

#### **2.2.3.2.3 Pasos para una Excelente Atención al Cliente**

Pontificia Universidad Católica. (2013), Se debe tener en cuenta los siguientes puntos:

- Mostrar atención; para que un negocio funcione debidamente lo primero a realizar en el momento que ingresa un/a cliente/a es demostrarle que para usted es una persona importante.
- Tener una presentación adecuada; un/a cliente/a es muy observador/a y para nada le gustan que el/la vendedor/a descuide su imagen.
- Atención personal y amable; El/la cliente/a es su publicidad gratuita, si es atendido de forma cordial; este dirá a todos/as lo bien que fue recibido en su negocio y es más probable no solo que regrese sino que traiga a más clientes.

### 2.3. Hipótesis

H1: El modelo de estandarización de los procesos operativos, permitirá influenciar de manera positiva en la satisfacción del cliente de la Comercializadora Eléctricos REXEL S.A.C. de la ciudad de Trujillo en el año 2017

### 2.4. Definición de términos Básicos

**Benchmarking:** Es una técnica o herramienta de gestión que consiste en tomar como referencia los mejores aspectos o prácticas de otras empresas, ya sean competidoras directas o pertenecientes a otro sector (y, en algunos casos, de otras áreas de la propia empresa), y adaptarlos a la propia empresa agregándoles mejoras.

**BPM:** Es un enfoque centrado en los procesos para mejorar el rendimiento que combina las tecnologías de la información con metodologías de proceso y gobierno.

**Directrices Funcionales:** es proporcionar recomendaciones metodológicas para la elaboración de los requisitos funcionales, legales y administrativos necesarios para implementar un Sistema de Gestión de Documentos (SGD) en el seno de una organización, así mismo, proporciona orientaciones sobre cómo diseñar e implementar el SGD de la misma en el marco del Modelo de Gestión de Documentos y administración de archivos de la Red de Transparencia y Acceso a la información.

**Holística:** La holística alude a la tendencia que permite entender los eventos desde el punto de vista de las múltiples interacciones que los caracterizan; corresponde a una actitud integradora como también a una teoría explicativa que orienta hacia una comprensión contextual de los procesos, de los protagonistas y de sus contextos.

**Macro Proceso:** Conjunto de procesos relacionados con características similares que mutuamente generar valor.



**Stakeholder:** El término agrupa a trabajadores, organizaciones sociales, accionistas y proveedores, entre muchos otros actores clave que se ven afectados por las decisiones de una empresa. Generar confianza con estos es fundamental para el desarrollo de una organización.

**SGC:** Se llama Sistema de Garantía de Calidad al conjunto de procedimientos documentados necesarios para implantar la Gestión de la Calidad, partiendo de una estructura organizativa y de unos recursos determinados.

**WorkFlow: o flujo de trabajo** consiste en el estudio de aspectos operacionales de una actividad de trabajo, esto es, cómo se realizan y estructuran las tareas, cuál es su orden correlativo, cómo se sincronizan, cómo fluye la información y cómo se hace su seguimiento.

**Indicadores:** es la expresión cuantitativa del comportamiento y desempeño de un proceso, cuya magnitud, al ser comparada con algún nivel de referencia, puede estar señalando una desviación sobre la cual se toman acciones correctivas o preventivas según el caso.

## 2.5. Marco Normativo:

La empresa en la que se tiene dentro de esta investigación se encuentra bajo la normativa de una sociedad anónima cerrada conformado por las siglas SAC, refiriendo así el marco legal y empresarial normativo al que este tipo de empresa se rige.

### **Sociedad Anónima Cerrada**

Creada por un reducido número de personas (hasta veinte socios) que pueden ser naturales o jurídicas, que tienen el ánimo de constituir una sociedad -affectio societatis- y participar en forma activa y directa en la administración, gestión y representación social.

La Sociedad Anónima Cerrada es una figura más dinámica y la más recomendable para una empresa familiar, chica o mediana, señaló a PQS Carmen Chasseloup, analista legal de la Sociedad Nacional de Industrias (SNI).

*Tabla 8: Descripción de Sociedad Anónima Cerrada*

CARACTERÍSTICAS	De 2 a 20 accionistas.
DENOMINACIÓN	La denominación es seguida de las palabras "Sociedad Anónima Cerrada", o de las siglas "S.A.C."
ÓRGANOS	Junta General de Accionistas, Directorio (opcional) y Gerencia

CAPITAL SOCIAL	Aportes en moneda nacional y/o extranjera y en contribuciones tecnológicas intangibles.
DURACIÓN	Determinado o Indeterminado
TRANSFERENCIA	La transferencia de acciones debe ser anotada en el Libro de Matrícula de Acciones de la Sociedad.

Fuente: Fuente portal de Pro inversión (2013)

### **Denominación**

La denominación adoptada debe incluir la indicación: “Sociedad Anónima Cerrada” o estar acompañada de su abreviatura “S.A.C.”.

### **Exigencias de Seguridad**

Las empresas en la actualidad y de acuerdo a reglamento dentro del país deben de contar con sistema de gestión, en la cual se obtenga un control tanto en el desarrollo de las actividades de los procesos y así como salvaguardar la salud y protección de los colaboradores de la empresa, consiguiendo un mayor respaldo para la organización.

De la misma manera, el decreto supremo N° 009-2005-TR, se establece en el reglamento de seguridad y salud en el trabajo título preliminar dentro del principio de prevención: El empleador garantizará, en el centro de trabajo, el establecimiento de los medios y condiciones que protejan la vida, la salud y el bienestar de los trabajadores, y de aquellos que no teniendo vínculo laboral prestan servicios o se encuentran dentro del ámbito del centro de labores; así mismo en el principio de responsabilidad: El empleador asumirá las implicancias económicas, legales y de cualquiera otra índole, como consecuencia de un accidente o enfermedad que sufra el trabajador en el desempeño de sus funciones o a consecuencia de él, conforme a las normas vigentes y en el principio de información y capacitación: Los trabajadores recibirán del empleador una oportuna y adecuada información y capacitación preventiva en la tarea a desarrollar, con énfasis en lo potencialmente riesgoso para la vida y salud de los trabajadores y su familia.

## CAPÍTULO 3. METODOLOGÍA

### 3.1. Operacionalización de variables

Tabla 9: Matriz de Operacionalización

OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES										
PROBLEMA	HIPÓTESIS	VARIABLES	DIMENSION	INDICADOR	FORMULA	DESCRIPCIÓN	INSTRUMENTO	ESCALA		
								+	+/-	-
¿De qué manera influye el modelo de estandarización de los procesos operativos en la satisfacción del cliente de la comercializadora de materiales eléctricos REXEL S.A.C. de la ciudad de Trujillo en el año 2017?	H1: El modelo de estandarización de los procesos operativos, permitirá influenciar de manera positiva en la satisfacción del cliente de la Comercializado ra Eléctricos REXEL S.A.C. de la ciudad de Trujillo en el año 2017	INDEPENDIENTE	- Procesos Operativos (recepción de productos, almacenamiento de productos, comercialización, despacho de productos por entregar, despacho de productos inmediatos, transporte)	Porcentaje de procesos operativos del negocio estandarizados	$\frac{\# \text{ procesos operativos estandarizados (1)}}{\# \text{ total de procesos operativos (2)}} \times 100$	(1) Son aquellos procesos operativos que fueron estandarizados	Ficha de Observación	90 – 100	60 – 89	0 -59
						(2) Son todos los procesos operativos del negocio				
				Porcentaje de errores reportados que se solucionaron a tiempo en los procesos operativos	$\frac{\# \text{ errores reportados que se solucionaron (1)}}{\# \text{ total errores reportados (2)}} \times 100$	(1) Son todos los problemas que se produjeron en los procesos operativos y fueron solucionados a tiempo sin tener consecuencias perjudiciales.	Ficha de Observación	90 - 100	75 - 89	0 - 74
					(2) Son todos los problemas reportados en los procesos operativos					
			- Empleados o colaboradores de procesos operativos.	Porcentaje de Empleados no capacitados de acuerdo al procesos	$\sum_i \frac{(i - \# \text{empleados no capacitados(a)})}{i} \times 100$ $i = \# \text{ total de empleados por procesos}$	(i) Total de empleados que tiene un proceso	Lista de empleados operativos	100 - 100	97– 99	94– 96
					(a) Empleados no capacitados por proceso.					

<b><u>DEPENDIENTE</u></b>	Satisfacción de atención al cliente	- Clientes de Comercializadora Eléctricos REXEL	Porcentaje de Clientes Satisfechos	$\frac{\# \text{ clientes satisfechos (1)}}{\# \text{ total clientes (2)}} \times 100$	(1) Son los clientes que están satisfechos con el servicios según resultado de encuesta (2) Es el número total de clientes que hay en la empresa	Encuesta a clientes	85 - 100	50 - 84	0 -49
		- Ventas anuladas	Porcentaje de Pedidos de Venta Cancelada por Día	$\frac{\# \text{ pedido de ventas canceladas por día (1)}}{\# \text{ total pedido de ventas por día (2)}} \times 100$	(1) Son todas las ventas que se cancelan o eliminan por día (2) Es el número total de ventas que se realizan por día	Registro de ventas canceladas	2.2 - 0	2.9 – 2.3	3.5 – 3
		- Volumen de quejas	Porcentaje de quejas atendidas	$\frac{\# \text{ total de quejas atendidas (1)}}{\# \text{ total de quejas(2)}} \times 100$	(1) Son las quejas atendidas que presentan los clientes (2) Total de quejas que presentan los clientes	Registro de quejas atendidas	93 - 100	70 - 92	0 - 69

Fuente: Elaboración Propia

### 3.2. Diseño de investigación

La investigación es de tipo pre-experimental de diseño experimental, consiste en la modificación de una o más variables dentro de la presente investigación para observar los cambios de esas variables. Dando a entender el experimento viene hacer la modificación en el valor de la variable (independiente) y observar los resultados en la otra variable (dependiente). Todo esto se da en condiciones minuciosamente controladas, para que permita detallar y describir porque causa o en qué modo se produce un acontecimiento o situación.

G=O1 X O2

G: Grupo de sujeto.

O1: Pre Prueba.

X: Estimulo.

O2: Respuesta

### 3.3. Unidad de estudio

La unidad de estudio son todos los clientes habituales en el periodo 2017 de la empresa comercializadora Eléctricos REXEL S.A.C.

### 3.4. Población

La población con la que se permitió realizar la investigación está conformada por 125 clientes, que son aquellos que adquieren sus productos en la comercializadora eléctricos REXEL S.A.C. en la ciudad de Trujillo. Estos clientes (información) provienen de Comercializadora REXEL S.A.C.

Para esta investigación la población fue escogida de manera aleatoria.

### 3.5. Muestra (muestreo o selección)

La muestra está constituida por 87 clientes que compran en comercializadora eléctricos REXEL S.A.C. de la ciudad de Trujillo.

Para la muestra se efectuó un muestreo aleatorio simple de tipo probabilístico, en donde se utilizó la siguiente formula:

$$n = \frac{Z^2 * p * q * N}{(N - 1) * E^2 + Z^2 * p * q}$$

*Tabla 10: Datos para obtención de muestra*

CONCEPTO	DESCRIPCION
N	125
Z	1.96
p	0.25
q	0.75
E	0.05
n	87

Fuente: Elaboración propia

n: tamaño de la muestra

N: 125 clientes

Z: unidades de desviación estándar a un nivel de confianza de 95% = 1,96

p: Proporción de créditos con impacto positivo; por no haber Referencia con estudios similares, se asume = 0,25

q: 0,75

### 3.6. Técnicas, instrumentos y procedimientos de recolección de datos

En la presente investigación se usaron las siguientes técnicas:

- Observación, mediante esta técnica permitió realiza algunas observaciones del conjunto de actividades de los procesos operativos, aquellos que interactúan con los clientes de REXEL S.A.C. de la ciudad de Trujillo, teniendo como finalidad realizar la toma de los problemas presentados.
- Encuesta, mediante esta técnica permitió tener conocimiento del nivel de satisfacción de los clientes de REXEL S.A.C. dicha encuesta será anexada en la presente investigación.
- Entrevista, esta técnica permite tener un acercamiento más directo con los clientes de la comercializadora y mejor su nivel de satisfacción y poder conocer cuáles son las sugerencias o puntos que no les agrada.

### **3.7. Métodos, instrumentos y procedimientos de análisis de datos**

Realizo la preparación de los medios para obtener datos así como de los instrumentos. En la cual se procedió a elaborar las encuestas, entrevistas así como la ficha de observaciones con los criterios a tomar en cuenta.

Se procede a realizar la aplicación de los instrumentos mencionados en el párrafo anterior lo que constituye:

El investigador ha establecido hacer el envío de la encuesta en línea (correo electrónico o redes sociales) a un grupo determinado de clientes de manera aleatoria de la Comercializadora Eléctricos REXEL S.A.C.

La entrevista también se tomó un grupo determinado de clientes de manera aleatoria, realizando las preguntas establecidas y dándose preguntas improvisadas. Se realizó de manera directa (personal) o mediante medios de mensajería instantánea

La observación se realizó dentro las instalaciones de la Comercializadora REXEL S.A.C. realizando el uso de la fichas de observaciones de acuerdo a los criterios establecidos.

Los resultados de la encuesta fueron tabulados y graficados.

Se hizo un análisis de las respuestas de las entrevistas con los clientes.

Se procedió a entregar una backup de todos los documentos usado hacia la empresa.

## **CAPÍTULO 4. RESULTADOS**

### **4.1. Aspectos Generales de la Empresa**

#### **4.1.1. Reseña Histórica de la Empresa**

REXEL S.A.C ha desarrollado desde el 2010 un sistema de participación de los ingenieros, técnicos y proyectistas independientes, a quienes reconoce su preferencia y fidelidad a través del programa SOCIO DE ENLACE.

Cada uno de ellos tiene una credencial y un chaleco que los identifica como tales, además de poseer un código que está configurado en nuestro sistema SAP y que le permite acumular puntos por las compras que gestiona en cualquier de nuestras tiendas de Trujillo o Piura.

Se tiene más de 30 de ellos premiados con artículos y herramienta de trabajo, así como vales de consumo por un monto total que supera los 10 mil nuevos soles.

#### **4.1.2. Resumen de la Empresa**

Desde el 6 de Junio de 1,996 REXEL S.A.C. con nombre comercial "Comercializadora Eléctricos REXEL", viene desarrollando sostenidamente la distribución de materiales eléctricos en todo el norte del Perú. Ahora y luego de la experiencia adquirida en estos 16 años, ha trasladado parte de sus negocios a la ciudad de Lima, y desde entonces vienen también atendiendo a Pucallpa, Iquitos, Huancayo, Junín, Ica, Arequipa, Moquegua, Tacna, Cuzco, Puno y Madre de Dios.

La calidad de productos y marcas que representan directamente, son: Indeco, Bticino, Philips, 3M, Schneider Electric, Legrand, Favigel, etc. , permitiéndoles colaborar con empresas e instituciones que consideran el tema eléctrico como un aspecto serio, donde la calidad de los materiales tiene y debe ser la mejor, por las inversiones que a la vez protegen. Ahora no solamente cuentan con los productos directos de fábricas, sino que siendo consientes con el mercado, brindan los mejores precios y por ende pueden competir llevando las mejores condiciones a sus apreciados clientes.

En este sentido, coherentes con la tecnología eléctrica de vanguardia en el mundo, es que cuentan con personal altamente calificado, que puede ayudar a prospectar el material ideal en una instalación eléctrica o de iluminación, sea esta industrial, domestica, minera o naval. Por tanto el equipo humano es quizá lo mejor con que REXEL cuenta, lo que les hace una empresa diferente y dispuesta a colaborar con quienes nos convoquen.



#### **4.1.3. Sector de la Empresa de Estudio**

El sector al que pertenece REXEL S.A.C.; es de comercializadora mayorista y minorista de materiales eléctricos.

#### **4.1.4. Descripción del Negocio**

##### **4.1.4.1. Razón Social**

REXEL S.A.C

##### **4.1.4.2. Tipo de Empresa**

Comercializadora de materiales eléctricos

##### **4.1.4.3. R.U.C.**

20511737088

##### **4.1.4.4. Dirección de la Empresa**

Av. América Sur 2621 - Trujillo

#### **4.1.5. Clientes de REXEL**

REXEL S.A.C. cuenta con diversos tipos de clientes, los cuales en su mayoría son clientes frecuentes y fieles a nuestros servicios, dividido en tres categorías:

- Clientes Industriales

Son clientes empresariales, es decir empresas públicas o privadas cuyo fin del producto solicitado será usado para el funcionamiento de sus maquinarias o herramientas de trabajo.

- Clientes Institucionales

Son clientes comerciales, es decir son los que llevaran al producto a tener una siguiente compra por otros clientes.

- Clientes Naturales

Son clientes comunes, es decir personas que al adquirir un producto, lo hacen para el uso de sus hogares

Cabe recalcar que cada tipo de cliente tiene un perfil diferenciado, las personas que intervienen en el proceso de venta son distintos y sus necesidades de compra y dificultad en la venta también son distintas.

#### **4.1.6. Proveedor de REXEL**

REXEL S.A.C., trabaja con diferentes proveedores de confianza, manteniendo una alianza de muchos años con los cuales ofrecen la calidad de sus productos y marcas como:

- Bticino

- Legrand
- Legrand
- Indeco
- Schneider
- Siemens
- Philips
- 3M
- G. Electric
- Cablofil
- Santana
- Favige
- Pedrollo

#### **4.1.7. Misión**

“Somos una empresa trujillana dedicada con años de trayectoria a la comercialización y distribución de soluciones eléctricas a los diferentes sectores de la economía nacional, basado en el respaldo de las principales marcas líderes a nivel mundial, por lo que con nuestro EQUIPO humano y profesional, lideramos la región norte, brindando seguridad, rentabilidad y confianza para nuestros clientes, trabajadores y directivos, con Responsabilidad Social.”

#### **4.1.8. Visión**

“Queremos consolidar a REXEL en los próximos 5 años como la empresa trujillana que desde el ciudadano común, industrias, Socios Comerciales, contratistas y profesionales del país vean la mejor solución en productos del rubro eléctrico, con cobertura y presencia en el norte del país, asesorándolos en la obtención del mayor beneficio. Buscamos formar profesionales y personas con vocación de servicio, que generen valor.”

#### 4.2. Pre Test de REXEL S.A.C

Tabla 11: Pre test de REXEL S.A.C.

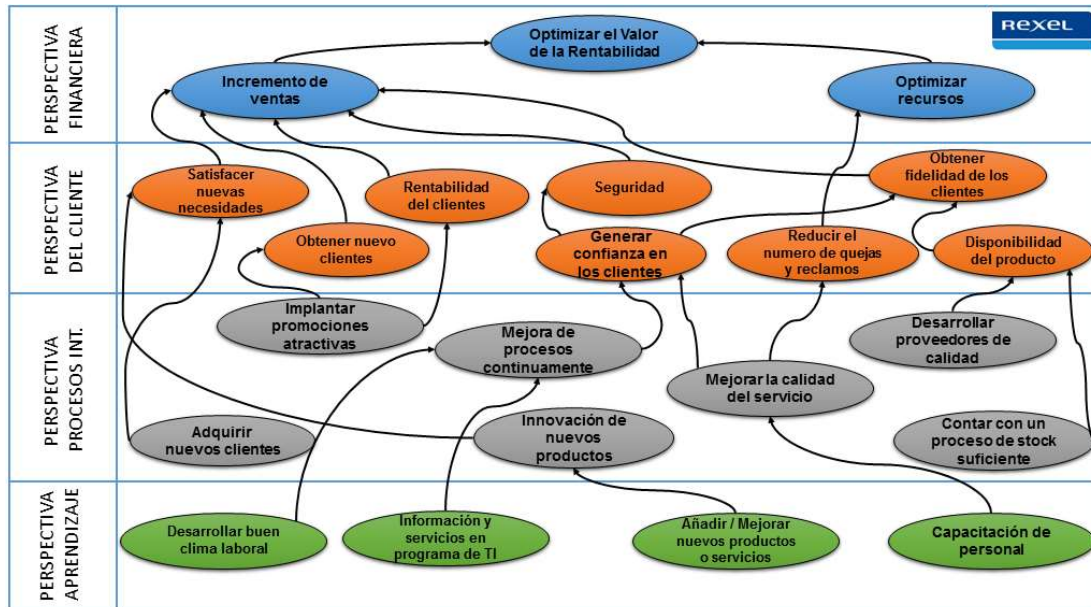
PROCESO	INDICADOR	FORMULA	VALOR ESTIMADO
Recepción y Almacenamiento de Productos	El porcentaje de productos en buen estado enviados por el proveedor.	$(\text{Productos recibidos en buen estado} / \text{total de productos recibidos}) * 100$	No Cuenta con valor establecido dentro de la organización
	El número de envíos tardíos por el proveedor	Total de todos los envíos que no llegaron a tiempo	
	Numero de errores de transportista proveedor	Total de errores cometido por el transportista proveedor	
Comercialización	Porcentaje de clientes satisfechos	$(\text{Cliente satisfechos} / \text{clientes encuestados}) * 100$	No Cuenta con valor establecido dentro de la organización
	El número de ventas diarias concretadas	Suma de todas la ventas concretadas en un día	
	Número de ventas canceladas a diario	La suma de ventas cancelas en un día	
	Número de quejas atendidas	$(\text{Total de quejas atendidas} / \text{total de quejas}) * 100$	
Despacho de Productos	Porcentaje de clientes satisfechos con la entrega	$\text{Cliente satisfechos} / \text{clientes que se les entrego producto a su domicilio} *$	No Cuenta con valor establecido dentro de la organización

Transporte	100		
	El número de productos afectados en el transporte	Total de envió de productos – Total de productos no devueltos por daño	
	Numero envíos tardíos	Total de envíos – total de envíos entregados a tiempo	
	Faltante de Productos	Total de productos a entregar – total de productos entregado	No Cuenta con valor establecido dentro de la organización
	Total de productos a entregar – total de productos entregado	(# de entrega a tiempo/ # total de entregas) * 100	
	Número de productos dañados por el transporte	Total de productos devueltos por daño	
	Porcentaje de clientes satisfechos con el transporte de envió	(# de clientes satisfechos con él envió/ # de clientes de envió) * 100	

Fuente: Elaboración Propia

### 4.3. Balanced Scord Card

Figura 5: Balanced Scord Card de REXEL



Fuente: Elaboración Propia

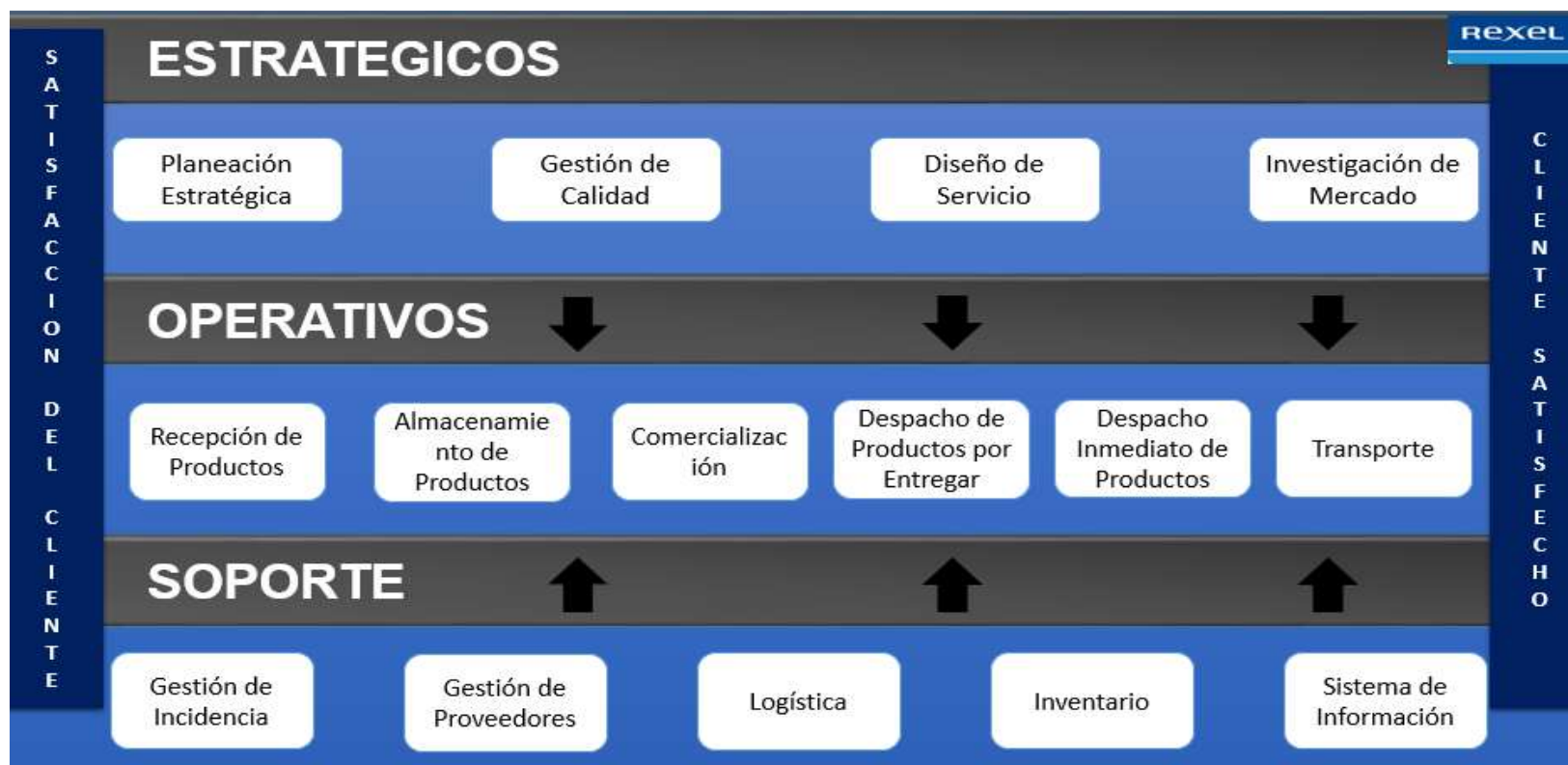
### 4.4. Objetivos Estratégicos

De acuerdo a las reuniones agendadas con los directivos de la empresa, jefes de áreas y los análisis internos y externos de la organización; basándonos en el Balanced Scord card se estable los siguientes objetivos estratégico para comercializadora eléctricos REXEL S.A.C.

- Incrementar las ventas en un 1.10% anual durante los próximos 5 años.
- Minimizar las devoluciones a un 65% anual durante los próximos 5 años
- Tener al 100% del personal de los procesos operativos capacitados.
- Incrementar la rentabilidad en un 8% anual durante los próximos 5 años.
- Incrementar la satisfacción al cliente a no menos de 95 %

#### 4.5. Mapa de Procesos

*Figura 6: Mapa de Proceso de REXEL S.A.C.*



Fuente: Elaboración Propia

#### 4.5.1. Inventario de Procesos

*Tabla 12: Proceso de Planeación Estratégica*

<b>MACROPROCESO</b>	<b>1. Planeación Estratégica</b>
<b>SUBPROCESOS</b>	1.1. Análisis de situación actual y futura 1.2. Establecer estrategias 1.3. Evaluación y control

Fuente: Elaboración Propia

*Tabla 13: Proceso de Gestión de Calidad*

<b>MACROPROCESO</b>	<b>2. Gestión de Calidad</b>
<b>SUBPROCESOS</b>	2.1. Análisis de los elementos 2.2. Implantación del SGC 2.3. Controla el servicio no conforme 2.4. Realiza acciones de mejora

Fuente: Elaboración Propia

*Tabla 14: Proceso de Diseño de Servicio*

<b>MACROPROCESO</b>	<b>3. Diseño de Servicio</b>
<b>SUBPROCESOS</b>	3.1. Identificar Mercado Objetivo 3.2. Estudios de Factores micro y macro entorno. 3.3. Implantación de servicios 3.4. Evaluación de servicios

Fuente: Elaboración Propia

*Tabla 15: Proceso de Investigación de Mercado*

<b>MACROPROCESO</b>	<b>4. Investigación de mercado</b>
<b>SUBPROCESOS</b>	4.1. Definir el plan de investigación de investigación de mercado

Fuente: Elaboración Propia

*Tabla 16: Proceso de Recepción de Productos*

<b>MACROPROCESO</b>	<b>5. Recepción de Productos</b>
<b>SUBPROCESOS</b>	5.1. Verificación Física de productos 5.2. Registro e impresión de código de barra 5.3. Ingreso al sistema 5.4. Distribución de productos en almacén

Fuente: Elaboración Propia

*Tabla 17: Almacenamiento de Productos*

<b>MACROPROCESO</b>	<b>6. Recepción y almacenamiento de Productos</b>
<b>SUBPROCESOS</b>	6.1. Ingreso del producto al sistema 6.2. Distribución de productos en el almacén

Fuente: Elaboración Propia

*Tabla 18: Proceso de Comercialización*

<b>MACROPROCESO</b>	<b>7. Comercialización</b>
<b>SUBPROCESOS</b>	7.1. Registrar Cliente 7.2. Registro de Pedido 7.3. Registro de Comprobante de Pago 7.4. Entrega de Producto

Fuente: Elaboración Propia

*Tabla 19: Procesos de Despacho de Productos Por Entregar*



<b>MACROPROCESO</b>	<b>8. Despacho de Productos por Entregar</b>
<b>SUBPROCESOS</b>	<p>8.1. Prepara pedido a entregar</p> <p>8.2. Posterga Pedido</p> <p>8.3. Embalaje del Pedido y firma salida</p> <p>8.4. Recibe GR y transporta pedido</p>

Fuente: Elaboración Propia

*Tabla 20: Procesos de Despacho Inmediato de Productos*

<b>MACROPROCESO</b>	<b>9. Despacho Inmediato de Producto</b>
<b>SUBPROCESOS</b>	<p>9.1. Prepara pedido a entregar</p> <p>9.2. Embalaje del Pedido y sellar entregado</p>

Fuente: Elaboración Propia

*Tabla 21: Proceso Gestión de Incidencia*

<b>MACROPROCESO</b>	<b>10. Gestión de Incidencias</b>
<b>SUBPROCESOS</b>	<p>10.1. Tramitación de incidencias</p> <p>10.2. Investigación de incidencia</p>

Fuente: Elaboración Propia

*Tabla 22: Proceso de Gestión de Proveedores*

<b>MACROPROCESO</b>	<b>11. Gestión de Proveedores</b>
---------------------	-----------------------------------

<b>SUBPROCESOS</b>	<p>11.1. Buscar y seleccionar nuevos proveedores</p> <p>11.2. Gestionar contratos</p>
--------------------	---

Fuente: Elaboración Propia

*Tabla 23: Proceso de Logística*

<b>MACROPROCESO</b>	<b>12. Logística</b>
<b>SUBPROCESOS</b>	<p>12.1. Realizar pedido</p> <p>12.2. Emitir Orden de compra</p> <p>12.3. Recepcionar producto</p> <p>12.4. Almacenamiento de productos</p> <p>12.5. Distribución de productos</p>

Fuente: Elaboración Propia

*Tabla 24: Proceso de Transporte*

<b>MACROPROCESO</b>	<b>13. Transporte</b>
<b>SUBPROCESOS</b>	<p>13.1. Almacenamiento de mercadería al vehículo</p> <p>13.2. Revisar mercadería</p>

Fuente: Elaboración Propia

*Tabla 25: Proceso de Inventario*

<b>MACROPROCESO</b>	<b>14. Inventario</b>
<b>SUBPROCESOS</b>	<p>14.1. Elaborar listado de productos que se inventarían</p> <p>14.2. Instrucción al equipo de inventario</p>

Fuente: Elaboración Propia

*Tabla 26: Procesos Sistemas de Información*

<b>MACROPROCESO</b>	<b>15. Sistemas de Información</b>
<b>SUBPROCESOS</b>	<p>15.1. Actualizar Sistema de Información</p> <p>15.2. Ejecución de Sistemas de Información</p> <p>15.3. Instrucción de sistema de información</p>

Fuente: Elaboración Propia

*Tabla 27: Proceso Administración al Personal*

<b>MACROPROCESO</b>	<b>16. Administración al personal</b>
<b>SUBPROCESOS</b>	<p>16.1. Investigación de Mercado</p> <p>16.2. Reclutamiento de Personal</p> <p>16.3. Selección de Personal</p> <p>16.4. Integración del personal</p> <p>16.5. Desarrollo del personal</p> <p>16.6. Capacitación del personal</p>

Fuente: Elaboración Propia

#### 4.5.2. Clasificación de Procesos

*Tabla 28: Clasificación de Procesos de REXEL*

Tipo de Proceso	Proceso
<b>Proceso Estratégico</b>	Planeación estratégica
	Gestión de calidad
	Diseño de Servicio
	Investigación de Mercado
<b>Procesos Operativos</b>	Recepción de Productos
	Almacenamiento de Productos
	Comercialización
	Despacho de productos por entregar
	Despacho Inmediato de Productos
	Transporte
<b>Procesos de Soporte</b>	Gestión de Incidencia
	Gestión Proveedores
	Logística
	Inventario
	Sistema de Información
	Administración al Personal

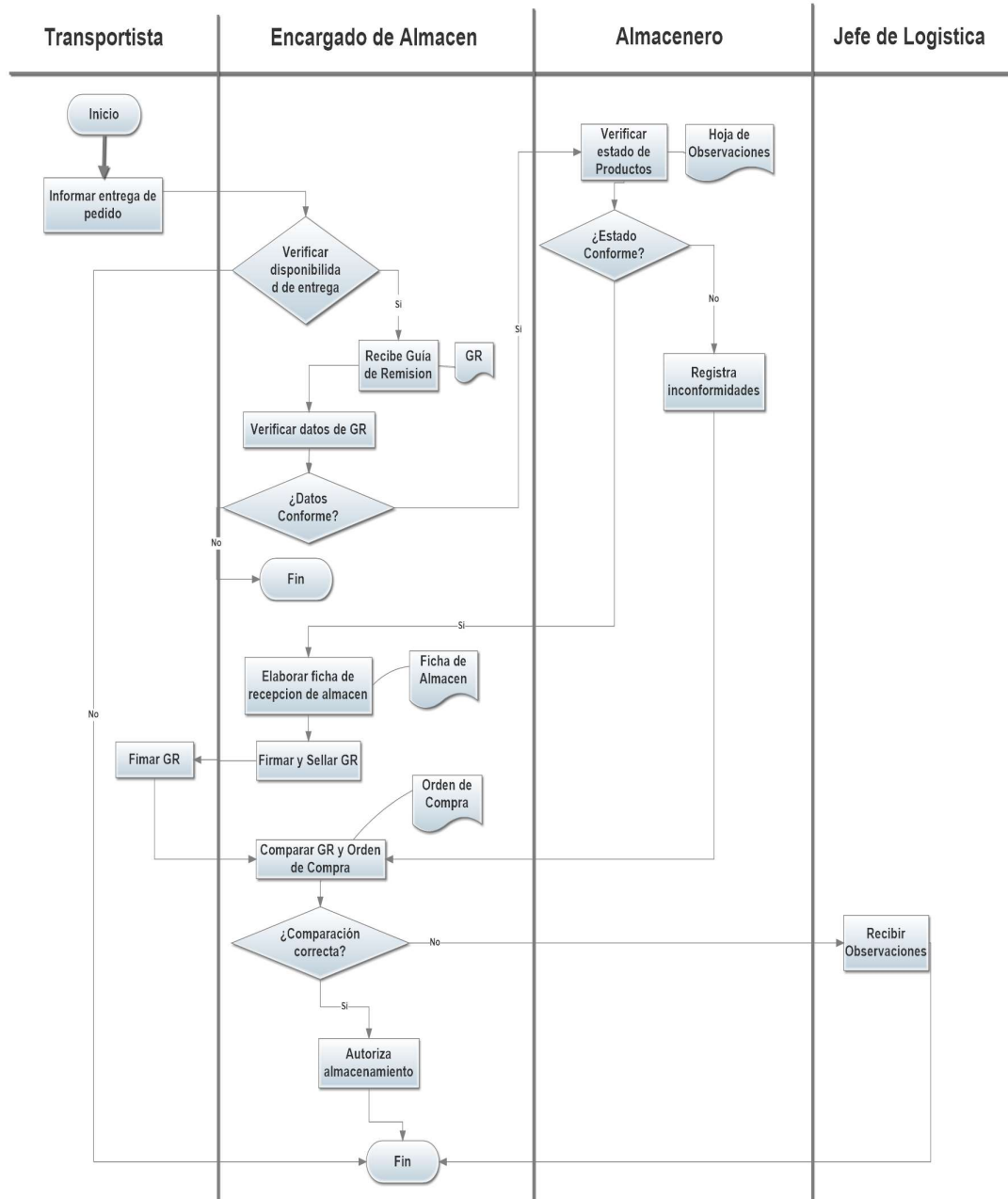
Fuente: Elaboración Propia

#### 4.6. Caracterización de Procesos Operativos

##### 4.6.1. Diagrama de Flujo de Procesos Operativos

###### 4.6.1.1. Recepción de Productos

*Figura 7: Diagrama de Flujo de Recepción de Productos*



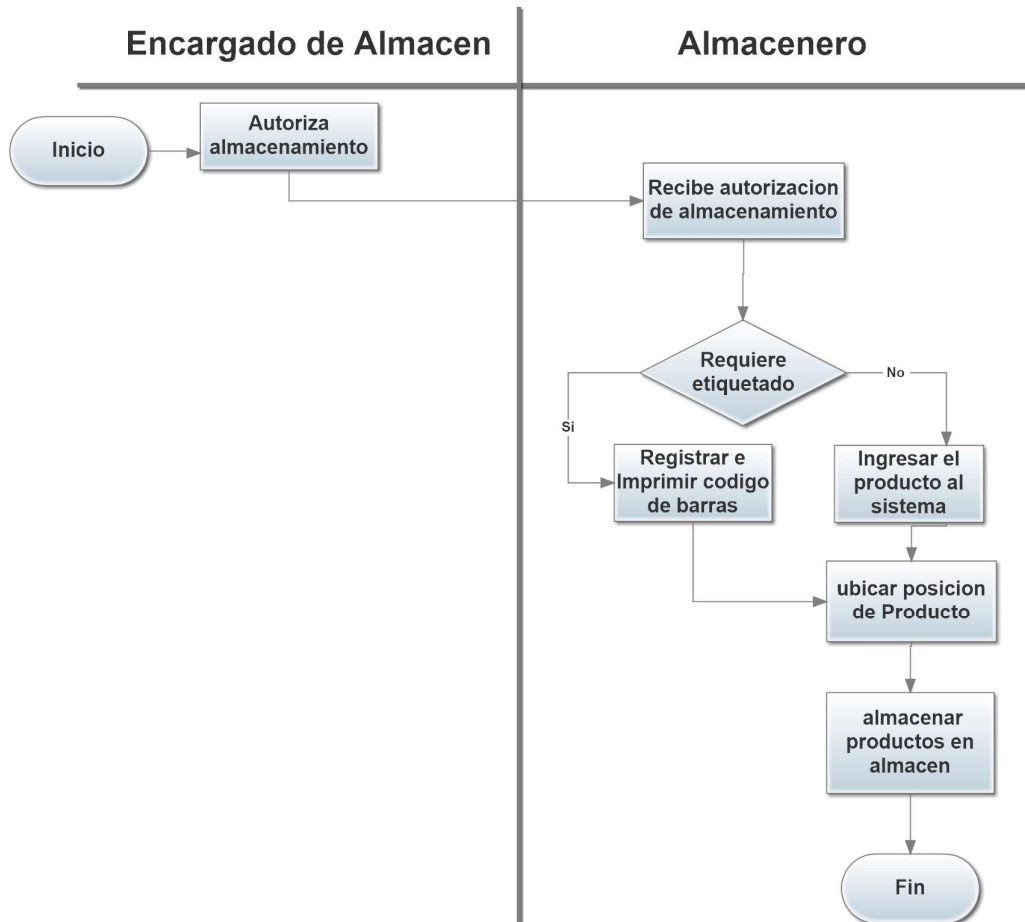
Fuente: Elaboración Propia

### **Procedimiento de Recepción de Productos**

- **Verificar datos de Guía de Remisión**
  - Encargado de almacén revisa datos de cabecera de guía de remisión
- **Verificar estado de Productos**
  - Almacenero proporciona las herramientas de transporte interno a transportista.
  - Almacenero realiza una observación directa de la mercadería.
  - Procede a abrir algún paquete o cajas al alzar para verificar el lote de productos llegados.
- **Registra Inconformidades**
  - Almacenero redacta las observación en la folder de registro de inconformidades
  - Comunica inconformidades a encargado de almacén.
- **Elaborar Ficha de Recepción de almacén**
  - Encargado de almacén ingresa al sistema de información (módulo de almacén)
  - Ingresa los productos recepcionados a la ficha de recepción en el sistema.
  - Imprime y almacena la ficha de recepción de almacén.

#### 4.6.1.2. Almacenamiento de Productos

*Figura 8: Diagrama de Flujo Almacenamiento de Productos*



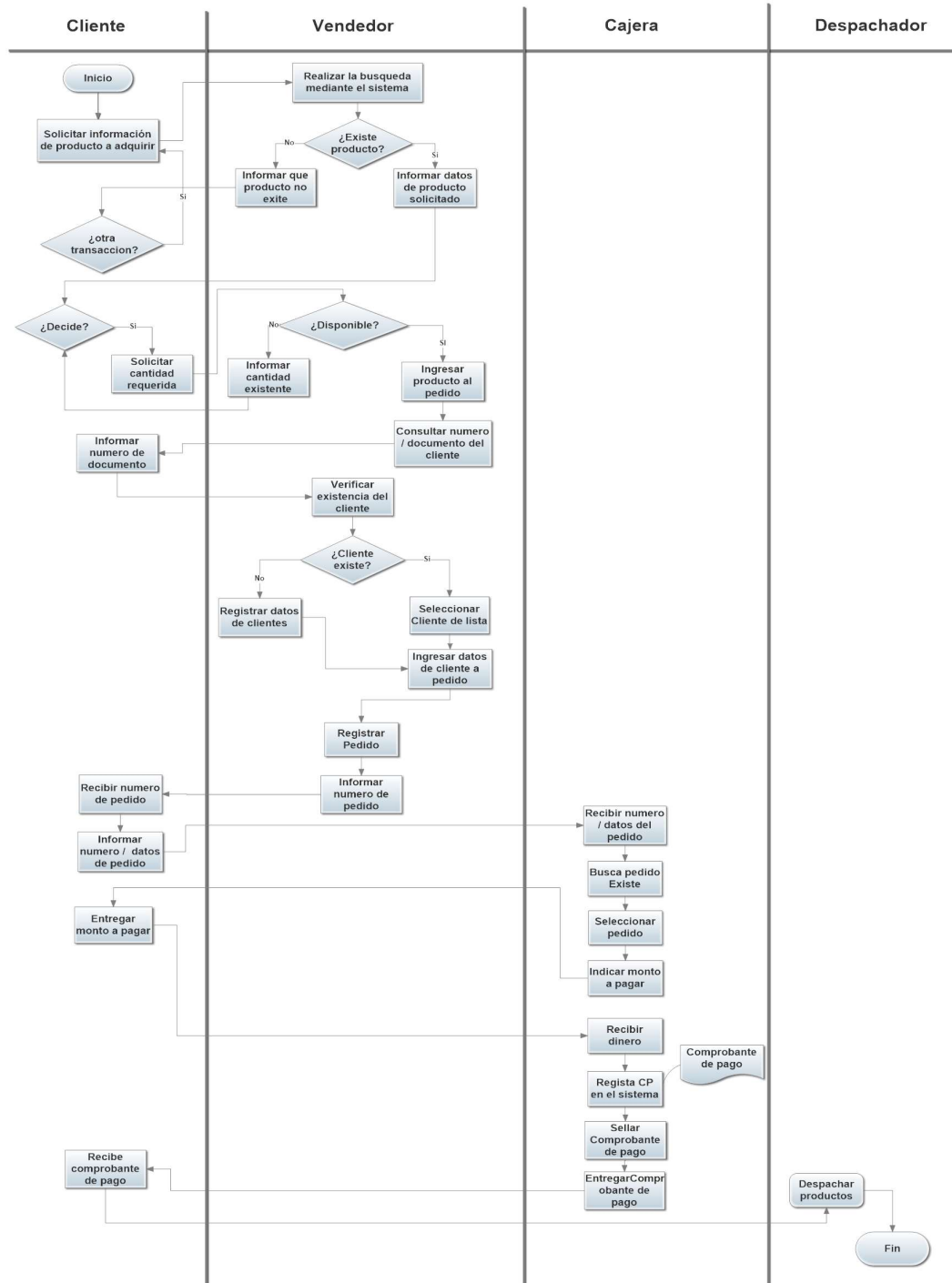
Fuente: Elaboración Propia

##### **Procedimiento de Almacenamiento de Producto**

- **Registra e imprime código de barras**
  - Ingresa los productos al sistema de información cuando no son productos nuevos
  - Se imprime el código de barras y agrega al producto
- **Ubicar posición del producto**
  - Almacenero realiza la localización dentro del almacén la posición donde estará el producto
- **Almacenar productos en Almacén**
  - Almacenero selecciona las herramientas de traslado de producto a usa.
  - Almacenero se coloca los instrumentos adecuados de seguridad.
  - Almacenero procede a colocar los productos en la ubicación correcta.

#### 4.6.1.3. Comercialización

*Figura 9: Diagrama de Flujo de Comercialización*



Fuente: Elaboración Propia

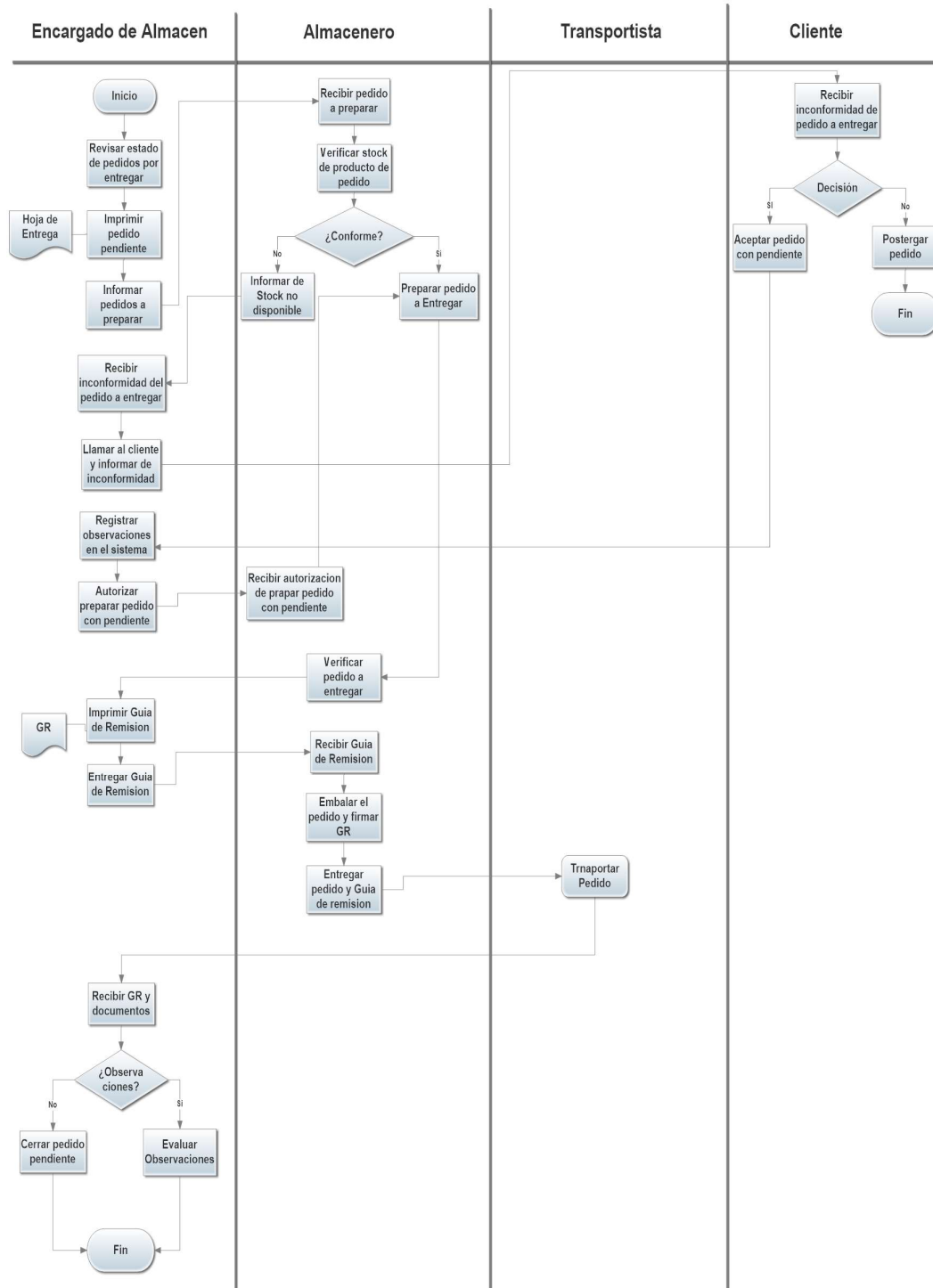


### **Procedimiento de Proceso de Comercialización**

- **Solicitar Información de Productos a Adquirir**
  - Al momento de ingresar el cliente, el vendedor realiza el speech: Bienvenido a Comercializadora Electricos REXEL S.A.C. en que puedo atenderlo.
- **Informa que otro producto no existe**
  - El vendedor informa al cliente que no cuenta con el producto solicitado realizando el siguiente speech: Por el momento no contamos con este producto, pero me permite ofrecerle uno similar (producto sustituto).
- **Consulta número y documento del clientes y verifica existencia**
  - Vendedor solicita datos de clientes de la siguiente manera: me permite su nuero de DNI para ingresar sus datos al pedido.
  - Si el cliente no se encuentra registrado, se le informa y se procede a realizar el llenado de sus datos como cliente nuevo.
- **Registra el Pedido**
  - Antes de registra el pedido el vendedor valida los productos ingresados al pedido con el cliente y así mismo informa de la cantidad y monto a pagar.
  - Informa al cliente que se acerque a caja indicando su número de número de DNI o con el número de pedido proporcionado por el vendedor
- **Recibe Numero / Datos del Pedido**
  - Cajera realiza el saludo correspondiente: tenga usted un buen día me permite o indica su número de DNI o pedido.

#### 4.6.1.4. Despacho de Productos por Entregar

Figura 10: Diagrama de Flujo de Despacho de Productos por Entregar



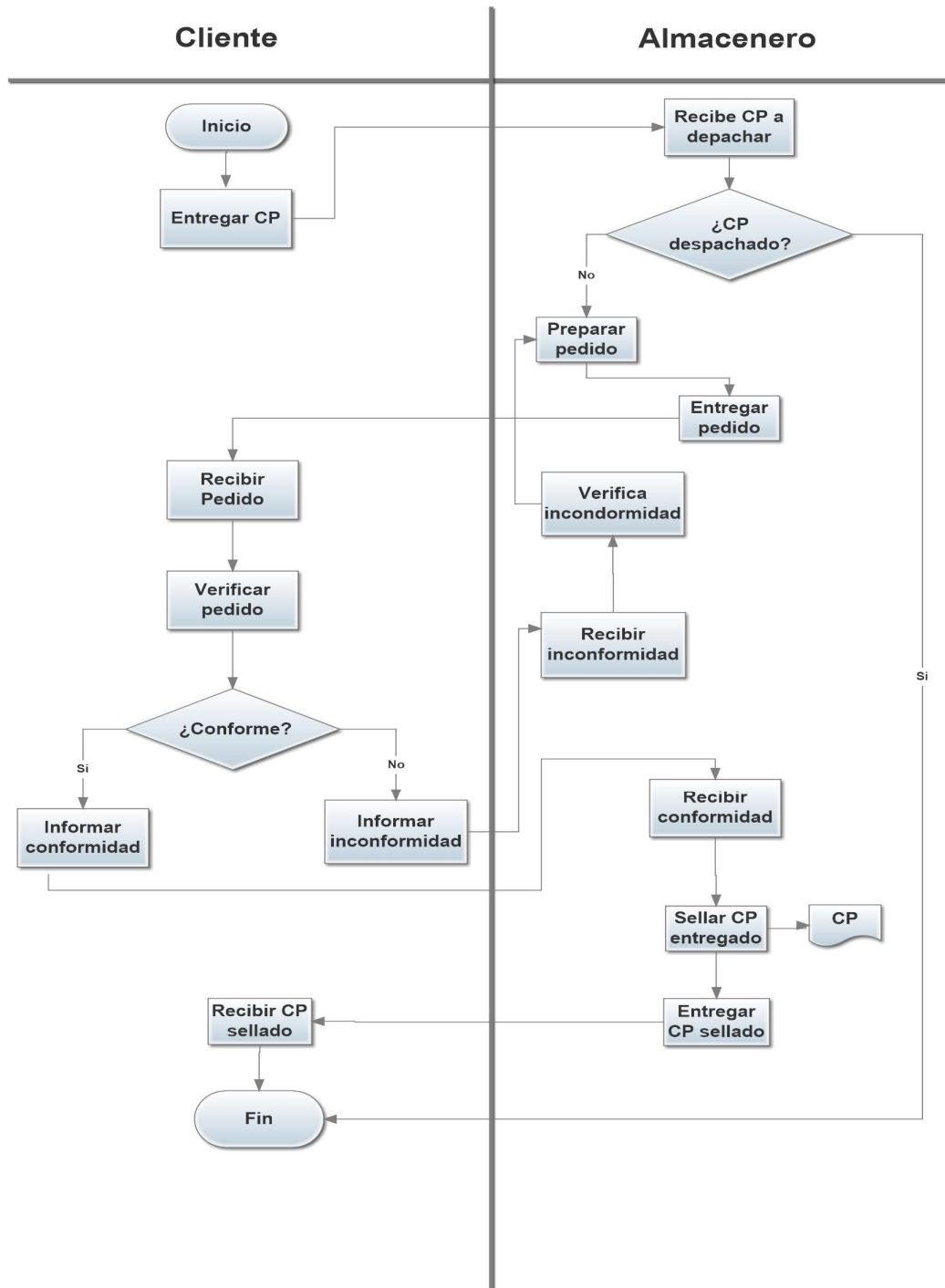
Fuente: Elaboración Propia

### **Procedimiento de Proceso de Despacho de Productos por Entregar**

- **Revisar estado de Pedidos por Entregar**
  - Encargado de almacén ingresa al módulo de despacho en la sección de pedidos por entregar y revisa los pedidos que este asignado para entregar ese mismo día.
- **Llamar al cliente e informar de inconformidad**
  - Encargado de almacén realiza la llamada y realiza el siguiente speech: Estimado cliente nos comunicamos de Comercializadora eléctricos REXEL informándole sobre el envío de su pedido acordado para el día de hoy, presentamos un inconveniente con la cantidad de producto a enviarle.
- **Preparar pedido a entregar**
  - Almacenero recibe la autorización y hoja de entrega de pedido para preparar el pedido.
  - Seleccionas las herramientas adecuadas para el traspaso de productos.
  - Hace uso de las materiales de seguridad.
  - Selección los productos a enviar y procede a verificar que los productos y cantidad sean adecuadas.

#### 4.6.1.5. Despacho Inmediato de Productos

*Figura 11: Diagrama de Flujo de Despacho Inmediato de Productos*



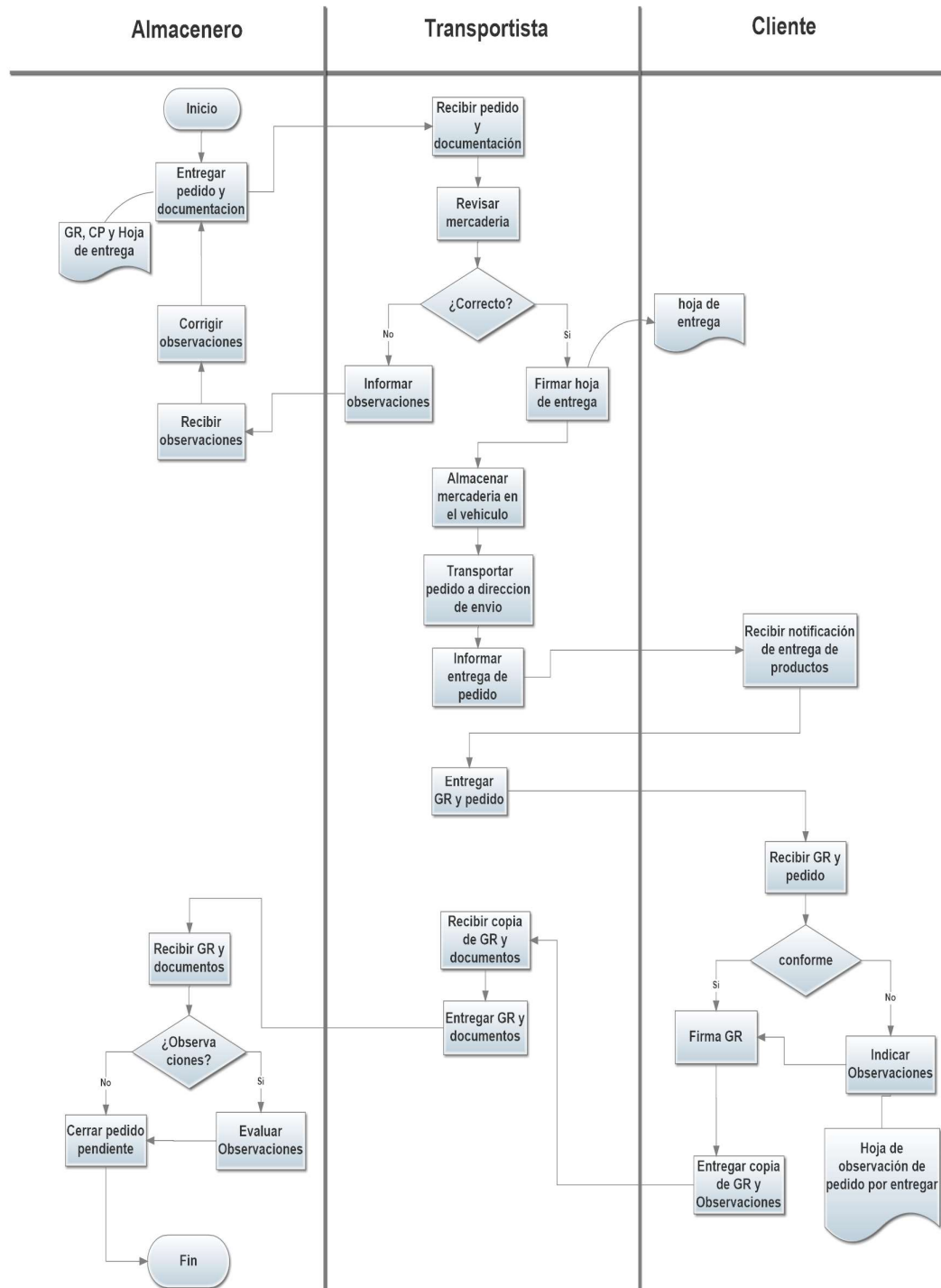
Fuente: Elaboración Propia

### **Procedimiento de Proceso de Despacho Inmediato de Productos**

- **Entrega Comprobante de Pago**
  - El cliente se acerca a despacho y almacenero menciona el speech:  
Permítame por favor su comprobante para poder realizar el despacho de su pedido
- **¿Comprobante de Pago despachado?**
  - Almacenero verifica que comprobante de pago no cuente con el sello de despachado.
- **Verificar Pedido**
  - Almacenero procede a mostrar los productos en buen estado y funcionamiento
- **Entregar Comprobante de Pago**
  - Almacenero realiza el speech: Estimado cliente su pedido está completo y conforme, en algo más en que pueda ayudarle o atenderlo. REXEL agradece su preferencia que tenga usted buen día.
  - Almacenero verifica que comprobante este sellado como entregado.
  - Entrega comprobante de pago sellado al cliente.

#### 4.6.1.6. Transporte

*Figura 12: Diagrama de Flujo de Transporte*



































Fuente: Elaboración Propia

### **Procedimiento de Proceso de Transporte**

- **Informa entrega de Pedido**
  - Transportista de Comercializadora Electricos REXEL, a cliente que su pedido estado listo para ser entregado con el siguiente speech:  
Estimado cliente somos de Comercializadora Electricos REXEL vamos a proceder a entregar sus productos.
- **Entrega Guía de Remisión y Pedido**
  - Transportista entrega la guía de remisión al cliente y le informa que compruebe los datos, productos y cantidad correcta.
  - Para realizar el desembarque de productos procede a colocarse los implementos de seguridad y hacer uso de las herramientas correctas de traslado de productos.

#### 4.6.2. Factores Críticos de Éxito

Tabla 29: Factores Críticos por Procesos Operativo

Procesos \ Factores Críticos	Calidad	Rentabilidad	Marca	Confianza	Organización de ventas	Tiempo y Entrega	Tecnología e Innovación	Capacitación
Recepción y Almacenamiento de productos								
Comercialización								
Despacho de Productos								
Transporte								

Fuente: Elaboración Propia



En la tabla 16 nos muestra los factores críticos de éxito que se tienen dentro del mercado o sector del comercio de productos eléctricos dentro del mismo mercado (local), en la cuales relacionando con los procesos operativos de la empresa comercializadora eléctricos REXEL S.A.C. se observa


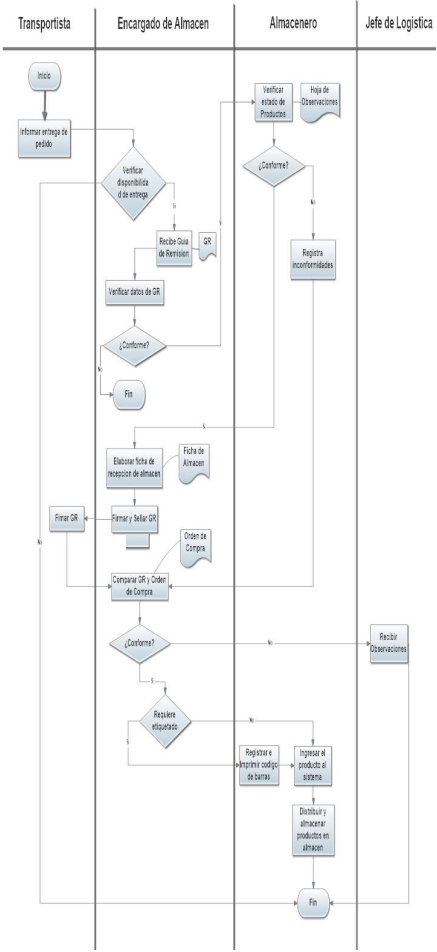


que los criterios que mayor importancia tiene dentro de los procesos son los de calidad, servicio al cliente y organización de venta; ya que esos criterios son los que mayor peso tienen en la ventaja comparativa dentro de este sector.

#### 4.6.3. Descripción de Procesos

##### 4.6.3.1. Proceso de Recepción y Almacenamiento de Productos

*Tabla 30: Descripción de Recepción y Almacenamiento de Productos*

	<p><b>PRO - REX - 01</b> <b>RECEPCIÓN DE PRODUCTO</b></p>	<p><b>Edición: 1.0</b> <b>Aprobada</b> <b>por:</b> <b>Fecha:</b></p>
Descripción del proceso	Instrucciones del Proceso	
	<ol style="list-style-type: none"> <li><b>1. Informa entrega de pedido:</b> El transportista llega a la empresa e indica al agente de seguridad que descarga el pedido realizado por un proveedor.</li> <li><b>2. Recibe Guía de Remisión:</b> El encargado de almacén recibe la guía de remisión que tiene el transportista</li> <li><b>3. Verifica datos GR:</b> El encargado de almacén, verifica los datos de cabecera y descripción de la GR para confirmar que todo este conforme.</li> <li><b>4. Verificación estado de productos:</b> Se realiza la descarga y el almacenero verifica los productos que estén en correcto estado y concuerde con lo que dice la GR.</li> <li><b>5. Registra Inconformidades:</b> En el caso de que el almacenero encuentre una observación en el producto lo anotara en el documento de inconformidades</li> <li><b>6. Elaboración Ficha – Recepción – Almacén REXEL:</b> El encargado de almacén llena la ficha indicando el día, hora, transportista y cantidad de bulto con respecto al despacho del pedido.</li> <li><b>7. Firma y Sella GR:</b> El encargado de almacén luego de que el almacenero dio el visto bueno de los productos Firma y Sella la GR que tendrá a su poder y se quedara en el empresa.</li> <li><b>8. Firma GR:</b> El encargado de almacén firma la</li> </ol>	


	<p>GR del transportista para que todo quede conforme.</p> <p><b>9. Compara GR y Orden de Compra:</b> El encargado de almacén comprueba la GR con el orden de compra para observar que los productos adquiridos sean el mismo que se solicitaron.</p> <p><b>10. Informa Observación:</b> El jefe de logística recibe las observación de los productos adquiridos para la comunicación con el proveedor</p> <p><b>11. Registra e Imprime Código de Barras:</b> El almacenero imprime los códigos de barras que identificaran al producto</p> <p><b>12. Ingreso de Producto al sistema:</b> El almacenero clasifica los productos para ingresar sus datos al sistema o actualizar el stock.</p> <p><b>13. Distribución de Productos en almacén:</b> El almacenero luego de clasificar los productos entrantes asigna el lugar de ubicación de acuerdo a las normas de la empresa.</p>																	
	<table><tr><th>Nombre del Documento</th><th>Responsable</th><th>Lugar de Archivo</th></tr><tr><td>- Guía de Remisión</td><td>- Transportista</td><td>- Carpeta de GR</td></tr><tr><td>- Ficha de Recepción</td><td>- Encargado de Almacén</td><td>- Carpeta de Recepción</td></tr><tr><td>- Inconformidades</td><td>- Almacenero</td><td>- Carpeta de Inconformidad</td></tr><tr><td>- Observaciones Pedido</td><td>- Jefe de Logística</td><td>- Carpeta de Observación</td></tr></table>	Nombre del Documento	Responsable	Lugar de Archivo	- Guía de Remisión	- Transportista	- Carpeta de GR	- Ficha de Recepción	- Encargado de Almacén	- Carpeta de Recepción	- Inconformidades	- Almacenero	- Carpeta de Inconformidad	- Observaciones Pedido	- Jefe de Logística	- Carpeta de Observación		
Nombre del Documento	Responsable	Lugar de Archivo																
- Guía de Remisión	- Transportista	- Carpeta de GR																
- Ficha de Recepción	- Encargado de Almacén	- Carpeta de Recepción																
- Inconformidades	- Almacenero	- Carpeta de Inconformidad																
- Observaciones Pedido	- Jefe de Logística	- Carpeta de Observación																

			ciones logística
--	--	--	---------------------

Fuente: Elaboración Propia

#### 4.6.3.2. Proceso de Almacenamiento


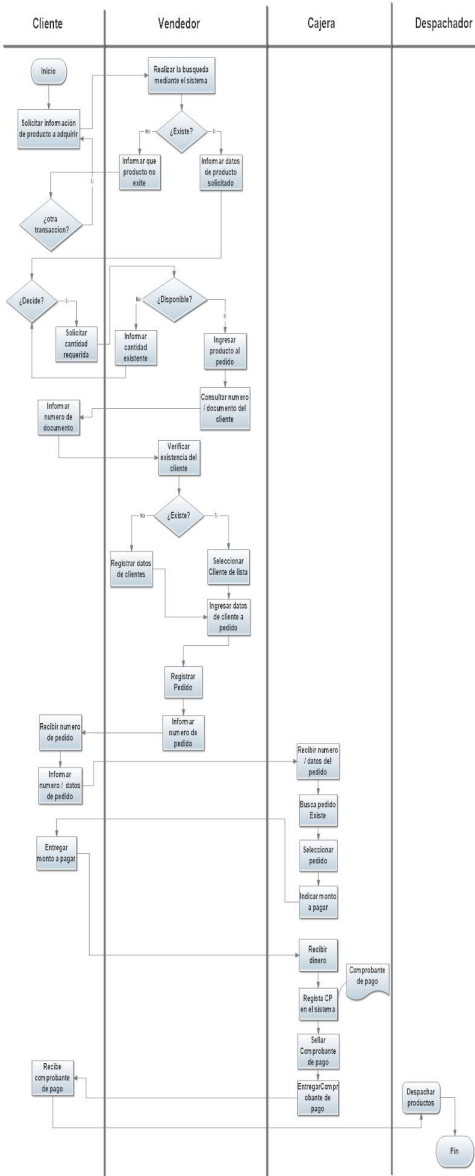
Tabla 31: Descripción de Almacenamiento

<div></div>	<div>PRO - REX - 02</div> <div>ALMACENAMIENTO DE PRODUCTO</div>	<div>Edición: 1.0</div> <div>Aprobada por:</div> <div>Fecha:</div>
<div>Descripción del proceso</div>	<div>Instrucciones del Proceso</div>	
<div><div><div><div><div>Encargado de Almacén</div><div><div><div>Inicio</div><div>Autoriza almacenamiento</div></div></div><div><div><div>Recibe autorización de almacenamiento</div><div><div>Requiere etiquetado</div><div><div>Si</div><div>Registrar e imprimir código de barras</div><div>Ingresar el producto al sistema</div><div>ubicar posición de Producto</div><div>almacenar productos en almacén</div><div>Fin</div></div><div>No</div></div></div></div><div>Almacenero</div></div></div></div></div>	<div><div>1. <b>Autoriza almacenamiento:</b> El encargado de almacén autoriza el almacenamiento.</div><div>2. <b>Recibe autorización de almacenero:</b> recepciónada por parte del almacenero.</div><div>3. <b>Registra e Imprime Código de Barras:</b> El almacenero imprime los códigos de barras que identificarán al producto</div><div>4. <b>Ingreso de Producto al sistema:</b> El almacenero clasifica los productos para ingresar sus datos al sistema o actualizar el stock.</div><div>5. <b>Ubicar posición de producto:</b> Almacenero procede a identificar las ubicaciones de los productos a almacenar.</div><div>6. <b>Distribución de Productos en almacén:</b> El almacenero luego de clasificar los productos entrantes asigna el lugar de ubicación de acuerdo a las normas de la empresa.</div></div>	
	<div>Nombre del Documento</div>	<div>Responsable</div>
<div>- Ficha de Registro e ingreso del producto al sistemas</div>	<div>- Encargado de Almacén</div> <div>- Almacenero</div> <div>- Jefe de Logística</div>	<div>Lugar de Archivo</div>

Fuente: Elaboración Propia

#### 4.6.3.3. Proceso de Comercialización

Tabla 32: Descripción de Comercialización


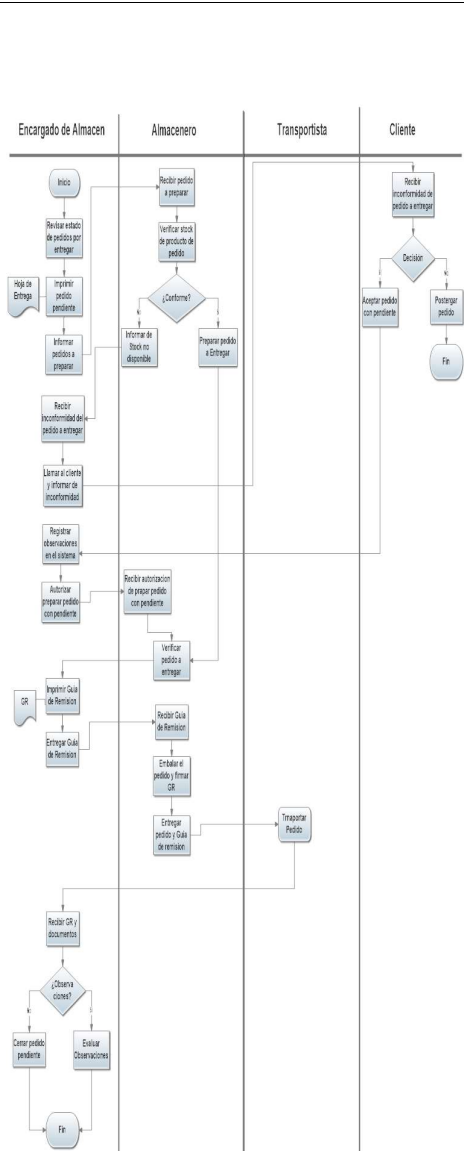
		<b>PRO - REX – 03 COMERCIALIZACIÓN</b>	<b>Edición: 1.0</b> <b>Aprobada por:</b> <b>Fecha:</b>
Descripción del proceso		Instrucciones del Proceso	
		<ol style="list-style-type: none"> <li><b>Solicitud de Información de productos a adquirir:</b> El cliente realiza la consulta sobre la disponibilidad de producto que desea adquirir.</li> <li><b>Realiza la búsqueda mediante el sistema:</b> Vendedor ingresa nombre del producto en el sistema para realizar la búsqueda de su existencia.</li> <li><b>Informa que producto no existe:</b> Si el producto que ha sido solicitado por el cliente no existe el vendedor informa al cliente.</li> <li><b>Informa datos del producto solicitado:</b> Si el producto solicitado existe informa existencia (precio).</li> <li><b>Informa cantidad requerida:</b> El cliente informa al vendedor la cantidad deseada del producto solicitado.</li> <li><b>Ingresa Producto al pedido:</b> El vendedor ingresa el producto solicitado al detalle de pedido (producto, precio, cantidad).</li> <li><b>Consulta numero documento cliente:</b> El vendedor consulta al cliente su número de documento según sea el tipo de cliente (ruc o DNI).</li> <li><b>Informa número de documento:</b> El cliente otorga al vendedor su número de documento o RUC.</li> <li><b>Verifica existencia de cliente:</b> El vendedor ingresa el número de documento y verifica la existencia del cliente.</li> </ol>	

	<p><b>10. Registra Cliente:</b> El vendedor registra datos principales del cliente en caso no exista cliente.</p> <p><b>11. Muestra e Ingresar Datos del Cliente:</b> El sistema muestra los datos del cliente lo selecciona e ingresa a los datos dentro del pedido.</p> <p><b>12. Registra Pedido:</b> El vendedor almacena el pedido realizado por el cliente.</p> <p><b>13. Recibe número de Pedido:</b> El cliente recibe el número de su pedido realizado para dirigirse a caja.</p> <p><b>14. Busca Pedido existente:</b> El cajero ingresa el número de pedido o datos de cliente y realiza la búsqueda en el sistema.</p> <p><b>15. Indica monto a pagar:</b> El cliente cancela en efectivo el pedido.</p> <p><b>16. Recibe Pago:</b> El cajero recibe el dinero para efectuar el pago</p> <p><b>17. Registra comprobante de pago en el sistema:</b> El cajero registra y almacena el comprobante en el sistema e imprime.</p> <p><b>18. Sella comprobante:</b> El cajero sella el comprobante para su correcta verificación</p> <p><b>19. Recibe comprobante:</b> El cliente recibe su comprobante sellado de productos despachados</p> <p><b>20. Entrega de Producto:</b> El despachador prepara el pedido de acuerdo al comprobante de pago emitido</p>		
	<b>Nombre del Documento</b>	<b>Responsable</b>	<b>Lugar de Archivo</b>
	- Comprobante de Pago	- Vendedor - Cajero	- BD Sistema

Fuente: Elaboración Propia

#### 4.6.3.4. Despacho de Productos por Entregar

Tabla 33: Descripción de Despacho de Productos por Entregar

	<p><b>PRO - REX - 04</b> <b>DESPACHO DE PRODUCTOS</b> <b>POR ENTREGAR</b></p>	<p><b>Edición: 1.0</b> <b>Aprobada por:</b> <b>Fecha:</b></p>
Descripción del proceso	Instrucciones del Proceso	
	<ol style="list-style-type: none"> <li><b>Listado de pedidos por entregar:</b> El Sistema emite un reporte de forma automática sobre los pedidos a entregar al cliente.</li> <li><b>Imprime Pedidos Pendientes:</b> El encargado de almacén imprime todos los pedidos pendientes para darles al almacenero.</li> <li><b>Recibe información de pedido a preparar:</b> Almacenero recibe información del pedido que tiene que preparar.</li> <li><b>Verificar stock de productos de pedido:</b> Almacenero verifica si se cuenta con el stock de productos que indica en el pedido a entregar.</li> <li><b>Prepara pedido a entregar</b></li> <li><b>Informa de stock no disponible:</b> En el caso que el producto solicitado por el pedido a entregar no se encuentre disponible e informa falta de stock.</li> <li><b>Llama al cliente y le informa el problema:</b> Se le informa al cliente sobre la falta de existencia del producto solicitado.</li> <li><b>Recibe inconformidad de pedido a entregar:</b> El cliente recibe información sobre faltante en stock de productos de pedido a entregar.</li> <li><b>Posterga el Pedido</b> El cliente si desea recibir el pedido completo, posterga el pedido.</li> <li><b>Acepta pedido pendiente:</b> El cliente acepta recibir su pedido incompleto, con entrega pendiente.</li> <li><b>Registra Observaciones en el Sistema:</b> El encargado de almacén registra la observación en</li> </ol>	



el pedido de cliente y lo registra como producto pendiente por entregar.

**12. Autoriza preparar pedido con pendiente:** El encargado de almacén autorizar a almacenero preparar pedido con pendiente.

**13. Verifica pedido a entregar:** Almacenero revisa pedido preparado para entregar.

**14. Imprime Guía de Remisión**

**15. Entrega Guía de Remisión:** El encargado de almacén entrega la guía de remisión a almacenero.

**16. Embalaje del pedido y firma Salida:** EL almacenero realiza el embalaje de los productos y firma el documento (Guía de Remisión) de salida de los productos.

**17. Entrega pedido y Guía de Remisión:** Almacenero entrega el pedido y la guía de remisión firmada al transportista.

**18. Transportar pedidos:** Transportista realiza el proceso de transporte de pedido a entregar.

**19. Recibe Guía de Remisión y documentos:** El encargado de almacén recibe copia de guía de remisión y documentos (opcional) del pedido que fue recibido.

**20. Evalúa Observaciones del Pedido:** El encargado de almacén evalúa la observación para analizarlas.

**21. Cierre de pedido pendiente:** Encargado de almacén da por culminado el pedido por entregar fue realizado.

**22. Cierra Pedido Pendiente**


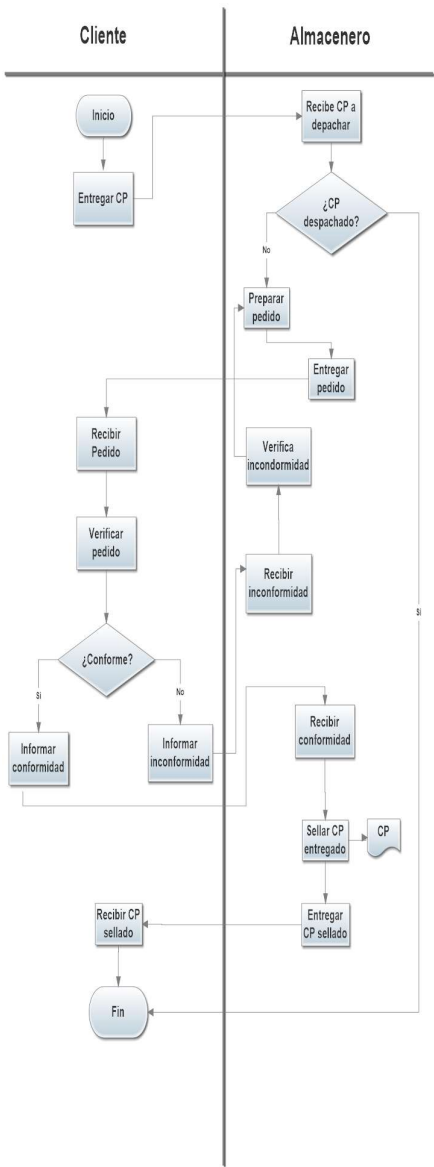
Nombre del Documento	Responsable	Lugar de Archivo
- Hoja de entrega	- Encargado de Almacén	- Base de datos del Sistema
- Guía de remisión	- Almacenero	- Carpeta de
- Observación	- Transportista	

	Pedidos Pendiente		Observa ciones Pedido - Carpeta Guía de Remisión
--	----------------------	--	---

Fuente: Elaboración Propia

#### 4.6.3.5. Despacho Inmediato de Productos


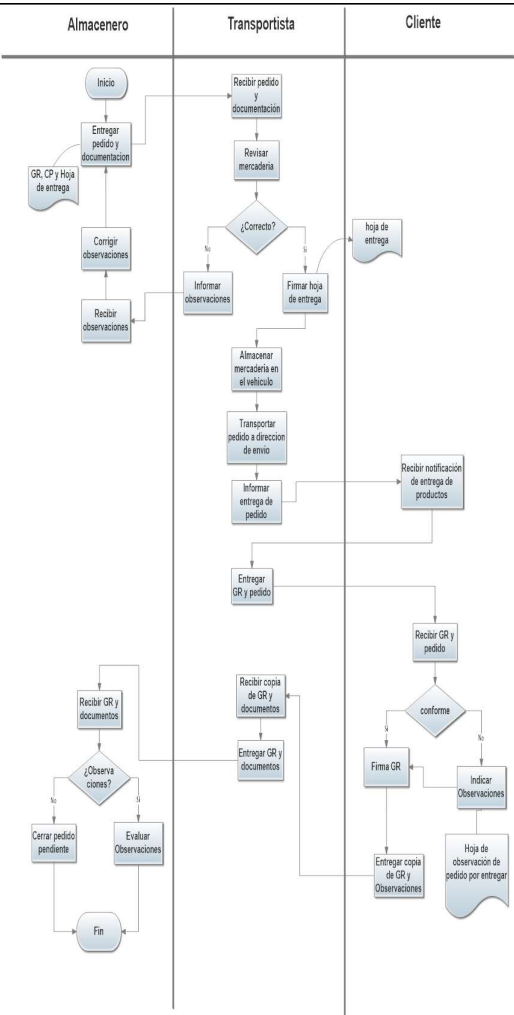
Tabla 34: Descripción de Despacho Inmediato de Productos

		<b>PRO – REX– 05</b> <b>Despacho Inmediato de</b> <b>Productos</b>	<b>Edición: 1.0</b> <b>Aprobada por:</b> <b>Fecha:</b>
Descripción del proceso		Instrucciones del Proceso	
		<ol style="list-style-type: none"> <li><b>Entrega comprobante de pago:</b> Cliente realiza la entrega de comprobante de pago a almacenero.</li> <li><b>Recibe Comprobante de pago (CP):</b> Almacenero recibe el comprobante de pago para despachar.</li> <li><b>Consulta Comprobante de pago si esta despachado,</b> si el CP está despachado termina proceso.</li> <li><b>Prepara pedido:</b> Almacenero realiza la preparación del pedido de acuerdo al CP.</li> <li><b>Entrega pedido:</b> Cliente entrega pedido a cliente.</li> <li><b>Recibe pedido:</b> Cliente recibe el pedido preparado.</li> <li><b>Verifica pedido:</b> Cliente verifica que su pedido este conforme.</li> <li><b>Informar inconformidad:</b> Indicar a almacenero que existe alguna inconformidad dentro del pedido preparado.</li> <li><b>Verifica inconformidad:</b> Almacenero inspecciona la inconformidad y las corrige.</li> <li><b>Recibe conformidad:</b> Almacenero recibe la conformidad del cliente que el pedido está correcto.</li> <li><b>Sella Comprobante de pago:</b> Almacenero realiza el sello del comprobante de pago como despachado.</li> <li><b>Entrega comprobante de pago sellado:</b> Almacenero entrega comprobante de pago sellado</li> <li><b>Recibe comprobante de pago:</b> Cliente recibe el comprobante de pago sellado.</li> </ol>	
Nombre del Documento		Responsable	Lugar de Archivo
- Comprobante de pago		- Almacenero	- Comprobantes de pago

Fuente: Elaboración Propia

#### 4.6.3.6. Transporte

Tabla 35: Descripción de Transporte

			<b>PRO – REX– 06</b> <b>TRANSPORTE</b>	<b>Edición: 1.0</b> <b>Aprobada por:</b> <b>Fecha:</b>
Descripción del proceso			Instrucciones del Proceso	
 <pre> graph TD     subgraph Almacenero         Inicio([Inicio]) --&gt; Entregar_pedido[Entregar pedido y documentación]         Entregar_pedido --&gt; Corrigir_observaciones[Corrigir observaciones]         Corrigir_observaciones --&gt; Recibir_observaciones[Recibir observaciones]         Recibir_observaciones --&gt; Recibir_GR_documento[Recibir GR y documentos]         Recibir_GR_documento --&gt; Observaciones{¿Observaciones?}         Observaciones -- No --&gt; Cerrar_pedido[Cerrar pedido pendiente]         Observaciones -- Si --&gt; Evaluar_observaciones[Evaluar Observaciones]         Evaluar_observaciones --&gt; Fin([Fin])     end      subgraph Transportista         Recibir_pedido[Recibir pedido y documentación] --&gt; Revisar_mercaderia[Revisar mercadería]         Revisar_mercaderia --&gt; Correcto{¿Correcto?}         Correcto -- No --&gt; Informar_observaciones[Informar observaciones]         Informar_observaciones --&gt; Corrigir_observaciones         Correcto -- Si --&gt; Firmar_hoja[Firmar hoja de entrega]         Firmar_hoja --&gt; Almacenar_mercaderia[Almacenar mercadería en el vehículo]         Almacenar_mercaderia --&gt; Transportar_pedido[Transportar pedido a dirección de envío]         Transportar_pedido --&gt; Informar_entrega[Informar entrega de pedido]         Informar_entrega --&gt; Recibir_notificacion[Recibir notificación de entrega de productos]         Recibir_notificacion --&gt; Entregar_GR_pedido[Entregar GR y pedido]         Entregar_GR_pedido --&gt; Recibir_copia[Recibir copia de GR y documentos]         Recibir_copia --&gt; Entregar_GR_documento         Entregar_GR_documento --&gt; Recibir_GR_documento     end      subgraph Cliente         Recibir_notificacion --&gt; Recibir_GR_pedido         Recibir_GR_pedido --&gt; Confirme{conforme}         Confirme -- No --&gt; Indicar_observaciones[Indicar Observaciones]         Indicar_observaciones --&gt; Hoja_observaciones[Hoja de observación de pedido por entregar]         Hoja_observaciones --&gt; Firmar_GR[Firma GR]         Firmar_GR --&gt; Entregar_copia[Entregar copia de GR y Observaciones]         Entregar_copia --&gt; Recibir_copia     end         </pre>			<ol style="list-style-type: none"> <li><b>Entrega pedido y documentación:</b> El almacenero entrega al responsable de transporte, la guía de remisión, el comprobante de pago, hoja de entrega y mercadería, para que esta pueda ser repartida al punto establecido.</li> <li><b>Recibe pedido y documentación:</b> Transportista recibe documentación por parte del almacenero</li> <li><b>Revisa mercadería:</b> El encargado de transporte, revisa que todo este conforme con la mercadería y los documentos.</li> <li><b>Informa observaciones:</b> Si no está de acuerdo con lo entregado, el encargado de transporte expone las observaciones con el almacenero para una pronta solución.</li> <li><b>Corrige observaciones:</b> Si el almacenero cree conveniente solucionar los problemas observados, corrige estos y vuelve a entregar cada uno de los documentos mencionados anteriormente.</li> <li><b>Firma la hoja de Entrega:</b> Transportista firma la hoja de entrega mostrando su conformidad.</li> <li><b>Almacena Mercadería al vehículo:</b> almacena la mercadería en el vehículo de manera segura.</li> <li><b>Transporta pedido a dirección de envío:</b> Transportista se dirige con el pedido hacia el destino</li> <li><b>Informa entrega de pedido:</b> El encargado de transporte informa al cliente sobre la existencia de una entrega de pedido por parte de la empresa.</li> <li><b>Entrega de GR y Pedido:</b> Transportista entrega la guía </li> </ol>	


	<p>de remisión al cliente y el pedido de acuerdo a la descripción de la GR</p> <p><b>11. Recibe Guía de Remisión:</b> Cliente recibe guía de remisión y el pedido a entregar.</p> <p><b>12. Firma Guía de Remisión:</b> Cliente firma guía de remisión mostrando su conformidad por el pedido.</p> <p><b>13. Indica observaciones:</b> Cliente presenta alguna disconformidad con el pedido (tiempo, mal empaquetado, rapidez al entregar, etc.) en la hoja de observaciones de pedido por entregar.</p> <p><b>14. Entrega copia de GR y observaciones:</b> Cliente entrega la copia firmada de la guía de remisión y si existiera alguna observación entregaría la hoja de observaciones de pedido por entrega.</p> <p><b>15. Recibe copia de Guía de remisión y documentos:</b> Transportista recibe guía de remisión y documentos firmados por parte del cliente.</p> <p><b>16. Entrega de GR y documento:</b> Transportista entrega la GR y documentos si lo hubiera hacia almacenero.</p> <p><b>17. Cerrar pedido pendiente:</b> Almacenero cierra pedido pendiente y lo coloca como entregado</p> <p><b>18. Evaluar observaciones:</b> Almacenero marca pedido pendiente con observación.</p>								
	<table><tr><th>Nombre del Documento</th><th>Responsable</th><th>Lugar de Archivo</th></tr><tr><td><ul style="list-style-type: none"><li>- Guía de Remisión</li><li>- Comprobante de Pago</li><li>- Hoja de Entrega</li><li>- Hoja de Observación transporte</li></ul></td><td><ul style="list-style-type: none"><li>- Almacenero</li><li>- Transportista</li></ul></td><td><ul style="list-style-type: none"><li>- Carpeta de transporte.</li></ul></td></tr></table>	Nombre del Documento	Responsable	Lugar de Archivo	<ul style="list-style-type: none"><li>- Guía de Remisión</li><li>- Comprobante de Pago</li><li>- Hoja de Entrega</li><li>- Hoja de Observación transporte</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Almacenero</li><li>- Transportista</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Carpeta de transporte.</li></ul>		
Nombre del Documento	Responsable	Lugar de Archivo							
<ul style="list-style-type: none"><li>- Guía de Remisión</li><li>- Comprobante de Pago</li><li>- Hoja de Entrega</li><li>- Hoja de Observación transporte</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Almacenero</li><li>- Transportista</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Carpeta de transporte.</li></ul>							

Fuente: Elaboración Propia

#### 4.6.4. Ficha de Procesos Operativos

##### 4.6.4.1. Ficha de Procesos de Recepción de Productos

Tabla 36: Ficha de Proceso Recepción de Productos


	<b>CODIGO: PRO - REX</b>	<b>FASE</b>	<b>PAG</b>
	<b>- 01</b>	01	01
	<b>FICHA DE RESUMEN PROCESO</b>	<b>VERSION</b>	<b>FECHA</b>
		1.0	

PROCESO		PROPIETARIO
Recepción del Producto		Almacenero – Transportista
MISIÓN		DOCUMENTACIÓN
Asegurar que los productos adquiridos por las compran ingresen al almacén en buen estado y sean almacenados de la manera correcta.		
ALCANCE	EMPIEZA: La guía de remisión del transportista	
	INCLUYE: Factura de Compra, Hoja de Observación, Orden de compra, Factura	
	TERMINA: Despacho de productos a almacén	
ENTRADAS: Productos a Entregar por parte del transportista		
PROVEEDORES: Transportistas		
SALIDAS: Productos almacenados correctamente		
CLIENTES: Transportista, almacenero		
INSPECCIONES		REGISTROS
Interna: Almacenero, que los productos estén en buen estado		<ul style="list-style-type: none"><li>Orden de compra</li><li>Hoja de Observaciones de almacén</li></ul>
VARIABLE DE CONTROL		INDICADORES
<ul style="list-style-type: none"><li>Calidad de Productos</li><li>Plazo de Entrega</li><li>Gestión de transporte</li></ul>		<ul style="list-style-type: none"><li>% de productos en buen estado enviados por el proveedor</li><li># de envíos tardíos por el proveedor</li><li># de errores del transportista</li></ul>

Fuente: Elaboración Propia

#### 4.6.4.2. Ficha de Procesos de Almacenamiento

Tabla 37: Ficha de Proceso de Almacenamiento de Productos


	<b>CODIGO: PRO - REX</b>	<b>FASE</b>	<b>PAG</b>
	<b>- 02</b>	01	01
	<b>FICHA DE RESUMEN PROCESO</b>	<b>VERSION</b>	<b>FECHA</b>
		1.0	

<b>PROCESO</b> Almacenamiento del Producto		<b>PROPIETARIO</b> Almacenero – Encargado de almacén	
<b>MISIÓN</b> Asegurar que los productos adquiridos sean correctamente almacenados e ingresados al sistema		<b>DOCUMENTACIÓN</b>	
<b>ALCANCE</b>	<b>EMPIEZA:</b> La autorización del encargado de almacén para el almacenamiento de productos		
	<b>INCLUYE:</b> Etiquetado de productos		
	<b>TERMINA:</b> Correcta ubicación de productos en el almacén.		
<b>ENTRADAS:</b> Productos a Entregar por parte del transportista			
<b>PROVEEDORES:</b> Transportistas			
<b>SALIDAS:</b> Productos almacenados correctamente			
<b>CLIENTES:</b> Encargado de Almacén, almacenero			
<b>INSPECCIONES</b> <b>Interna:</b> Almacenero, que los productos estén en buen estado		<b>REGISTROS</b> <ul style="list-style-type: none"><li>Ficha de ingreso de productos a almacén</li></ul>	
<b>VARIABLE DE CONTROL</b> <ul style="list-style-type: none"><li>Ubicación de productos</li></ul>		<b>INDICADORES</b> <ul style="list-style-type: none"><li>% de productos ubicados correctamente.</li></ul>	

Fuente: Elaboración Propia

#### 4.6.4.3. Ficha de Procesos de Comercialización

Tabla 38: Ficha de Procesos de Comercialización

	<b>CODIGO: PRO - REX</b>	<b>FASE</b>	<b>PAG</b>
	<b>- 03</b>	01	02
	<b>FICHA DE RESUMEN PROCESO</b>	<b>VERSION</b>	<b>FECHA</b>
		1.0	


<b>PROCESO</b> Comercialización		<b>PROPIETARIO</b> Vendedor - Cajero
<b>MISIÓN</b> Asegurar que el proceso de venta sea el correcto, de acuerdo las funciones establecidas por cada vendedor		<b>DOCUMENTACIÓN</b>
ALCANCE	<b>EMPIEZA:</b> Solicitud de Pedido del Cliente	
	<b>INCLUYE:</b> Pedido, Facturas, Boletas	
	<b>TERMINA:</b> Venta realizada	
<b>ENTRADAS:</b> Solicitud de productos por el cliente		
<b>PROVEEDORES:</b> Cliente		
<b>SALIDAS:</b> Cliente satisfecho por la venta		
<b>CLIENTES:</b> Cliente interno y externo, área de ventas, despachador		
<b>INSPECCIONES</b>  <b>Interna:</b> A diario por los jefes de ventas. <b>Externo:</b> Improviso (SUNAT)		<b>REGISTROS</b>  • Comprobantes de Pago  • Registro de Venta  • Registro de Incidencias
<b>VARIABLE DE CONTROL</b>  • Atención al cliente  • Ventas		<b>INDICADORES</b>  • % de Clientes satisfechos  • # de ventas diarias concretadas  • # de ventas canceladas  • # de quejas atendidas

Fuente: Elaboración Propia



#### 4.6.4.4. Ficha de Procesos de Despacho de Productos por Entregar

Tabla 39: Ficha de Procesos de Despacho de Productos por Entregar


	<b>CODIGO: PRO - REX</b> <b>- 04</b>	<b>FASE</b>	<b>PAG</b>
	<b>FICHA DE RESUMEN PROCESO</b>	01	03
		<b>VERSION</b>	<b>FECHA</b>
		1.0	

<b>PROCESO</b> Despacho de Productos a Entregar		<b>PROPIETARIO</b> Almacenero - Transportista
<b>MISIÓN</b> Asegurar que los productos adquiridos por los clientes, lleguen a tiempo y en buen estado al lugar indicado por el cliente.		<b>DOCUMENTACIÓN</b>
<b>ALCANCE</b>	<b>EMPIEZA:</b> Hoja de Entrega (pedidos pendientes)	
	<b>INCLUYE:</b> Factura de Compra, Hoja de Entrega y Guía de Remisión	
	<b>TERMINA:</b> Despacho de productos a los cliente	
<b>ENTRADAS:</b> Productos a Entregar		
<b>PROVEEDORES:</b> Almacenero		
<b>SALIDAS:</b> Productos entregado a cliente		
<b>CLIENTES:</b> Transportista		
<b>INSPECCIONES</b>  <b>Interna:</b> Almacenero, que los productos estén en buen estado  <b>Externa:</b> SUNAT		<b>REGISTROS</b>  • Hoja de Entrega  • Guía de Remisión  • Hoja de observaciones de pedidos pendientes
<b>VARIABLE DE CONTROL</b>  • Plazo de Entrega  • Calidad de Productos  • Gestión de transporte  • Cliente Satisfecho		<b>INDICADORES</b>  • % de entrega de productos a tiempo a clientes  • # de productos dañados por el transporte  • % de clientes satisfechos con el transporte de envío

Fuente: Elaboración Propia

#### 4.6.4.5. Ficha de Procesos de Despacho Inmediato de Productos

Tabla 40: Ficha de Procesos de Despacho Inmediato de Productos

	<b>CODIGO: PRO - REX - 05</b>	<b>FASE</b>	<b>PAG</b>
	<b>FICHA DE RESUMEN PROCESO</b>	01	05
		<b>VERSION</b>	<b>FECHA</b>
		1.0	

<b>PROCESO</b> Despacho Inmediato de Productos		<b>PROPIETARIO</b> Transportista
<b>MISIÓN</b> Asegurar que los productos se entreguen de manera segura y adecuada a los clientes dentro de las instalaciones de la empresa		<b>DOCUMENTACIÓN</b>
<b>ALCANCE</b>	<b>EMPIEZA:</b> Comprobante de pago a despachar	
	<b>INCLUYE:</b> Comprobante de Pago	
	<b>TERMINA:</b> Comprobante de Pago sellado entregado	
<b>ENTRADAS:</b> Producto por entregar		
<b>PROVEEDORES:</b> Cliente		
<b>SALIDAS:</b> Producto Entregado		
<b>CLIENTES:</b> Almacenero		
<b>INSPECCIONES</b> <b>Interna:</b> Almacenero, se encarga de entregar los productos de manera correcta y en buen estado.		<b>REGISTROS</b> ● Comprobante
<b>VARIABLE DE CONTROL</b> ● Entrega responsable ● Satisfacción de cliente		<b>INDICADORES</b> ● % clientes satisfechos con la entrega

Fuente: Elaboración Propia

#### 4.6.4.6. Ficha de Procesos de Transporte

Tabla 41: ficha de Procesos de Transporte

	CODIGO: PRO – REX - 06	FASE	PAG
	FICHA DE RESUMEN PROCESO	01	04
		VERSION	FECHA
		1.0	

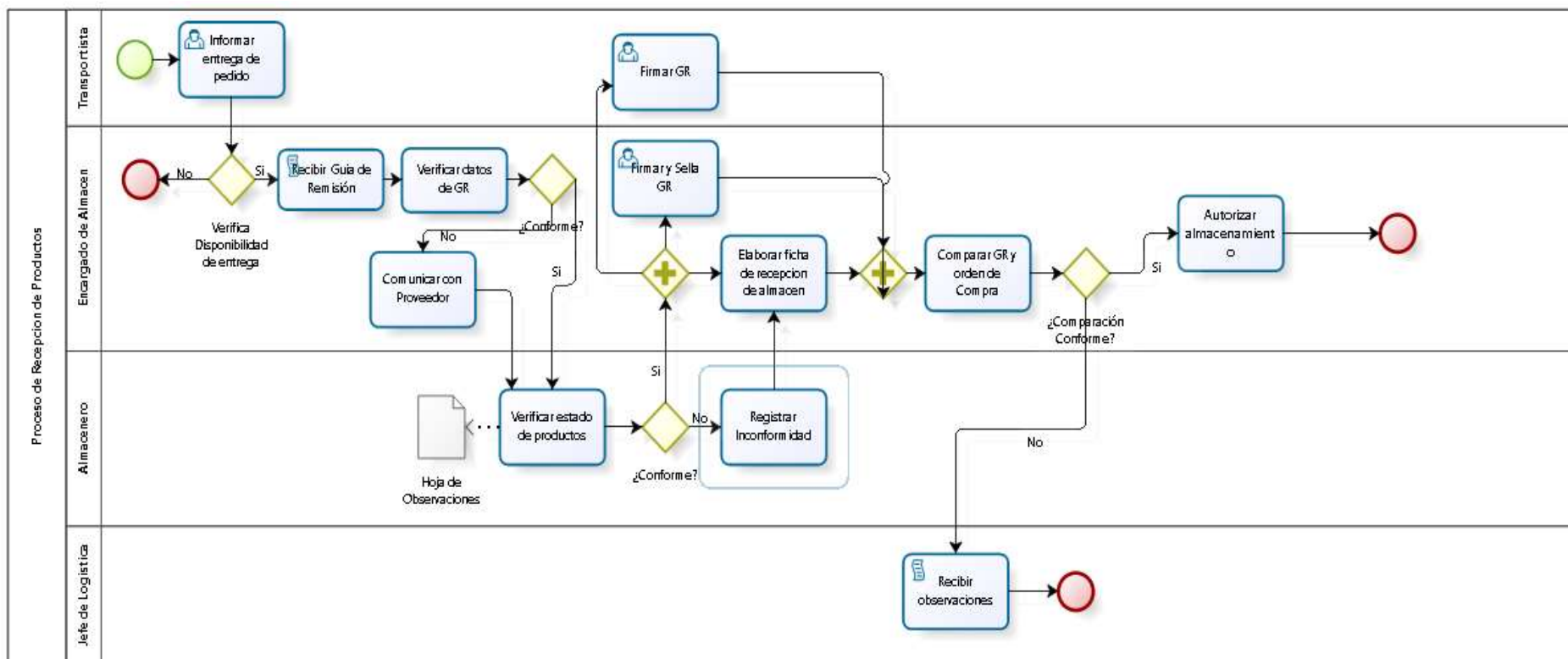
PROCESO Transporte		PROPIETARIO Transportista
MISIÓN Asegurar que los productos pendientes por entregar a los clientes, lleguen de manera rápida y en buen estado mediante en el transporte.		DOCUMENTACIÓN
ALCANCE	EMPIEZA: Hoja de Entrega Pendientes y Guía de remisión	
	INCLUYE: Hoja de Entrega Pendientes, Guía de Remisión, Comprobante de Pago, hoja de Observaciones	
	TERMINA: Hoja de entrega firmada	
ENTRADAS: Producto pendiente por entregar		
PROVEEDORES: Almacenero, cliente		
SALIDAS: Producto Entregado		
CLIENTES: Transportista		
INSPECCIONES Interna: Transportista se encarga de inspeccionar que los productos estén en el estado correcto		REGISTROS <ul style="list-style-type: none"><li>• Hoja de Entregas Pendientes</li><li>• Guía de Remisión</li><li>• Hoja de observaciones de pedidos por entregar</li></ul>
VARIABLE DE CONTROL <ul style="list-style-type: none"><li>• Calidad de Transporte</li><li>• Entrega responsable</li><li>• Satisfacción de cliente</li></ul>		INDICADORES <ul style="list-style-type: none"><li>• % de entrega de productos a tiempo a clientes</li><li>• # de productos dañados por el transporte</li><li>• % de clientes satisfechos con el transporte d envío.</li></ul>

Fuente: Elaboración Propia

#### 4.6.5. Diagrama de Procesos Operativos

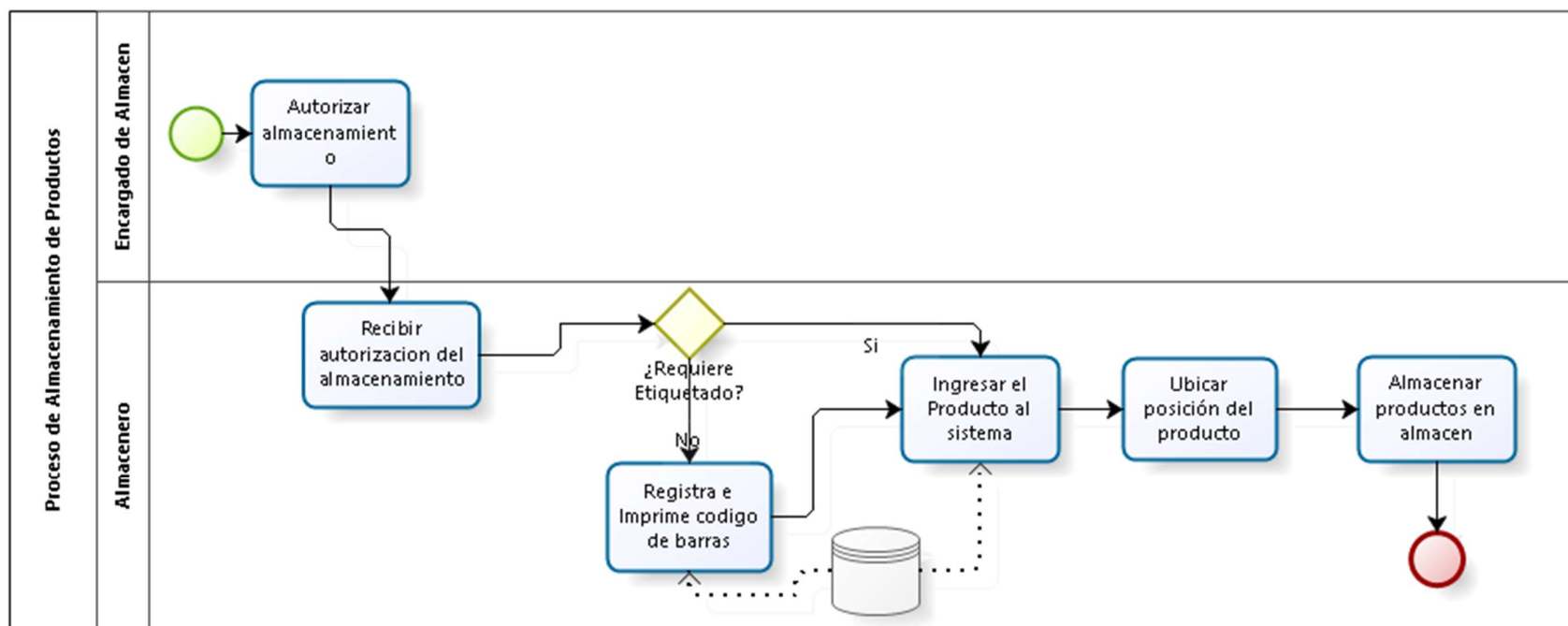
##### 4.6.5.1. Diagrama de Proceso de Recepción y Almacenamiento de Productos

Figura 13: Diagrama de Proceso de Recepción y Almacenamiento de Productos



Fuente: Elaboración Propia

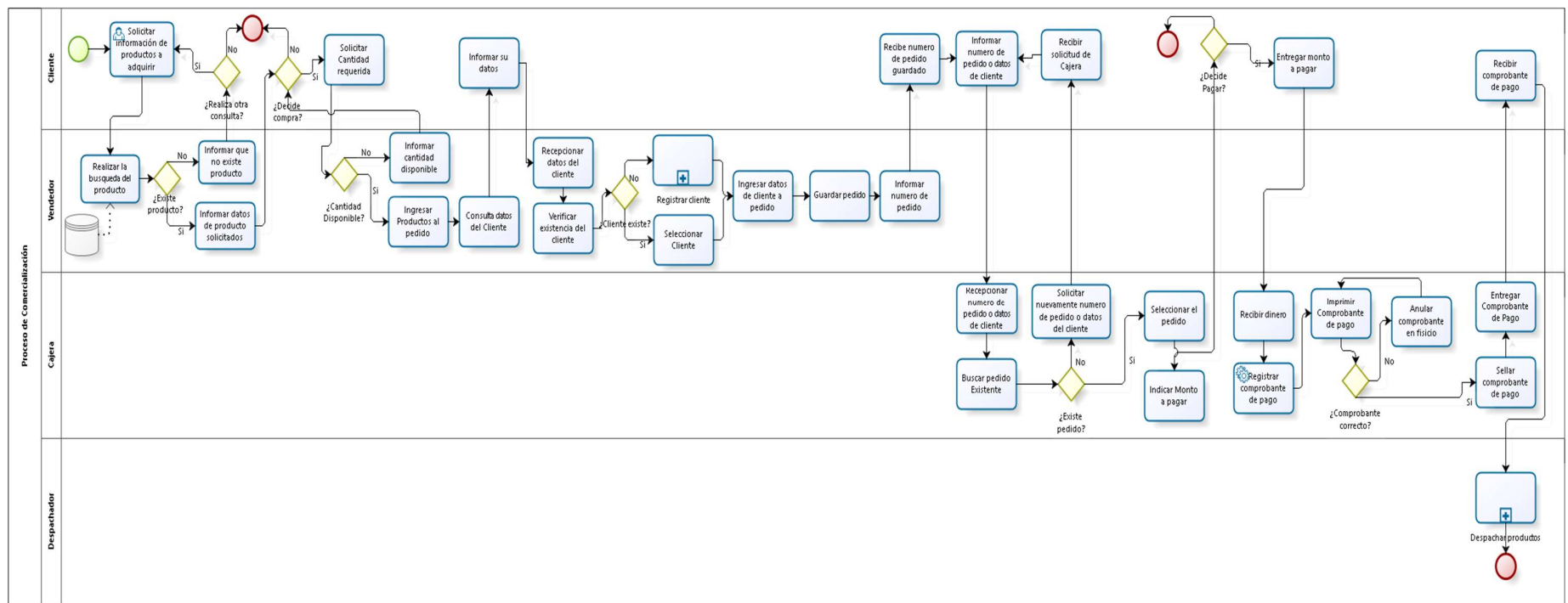
#### 4.6.5.2. Diagrama de Procesos de Almacenamiento de Productos



Fuente: Elaboración Propia

#### 4.6.5.3. Diagrama de Procesos de Comercialización

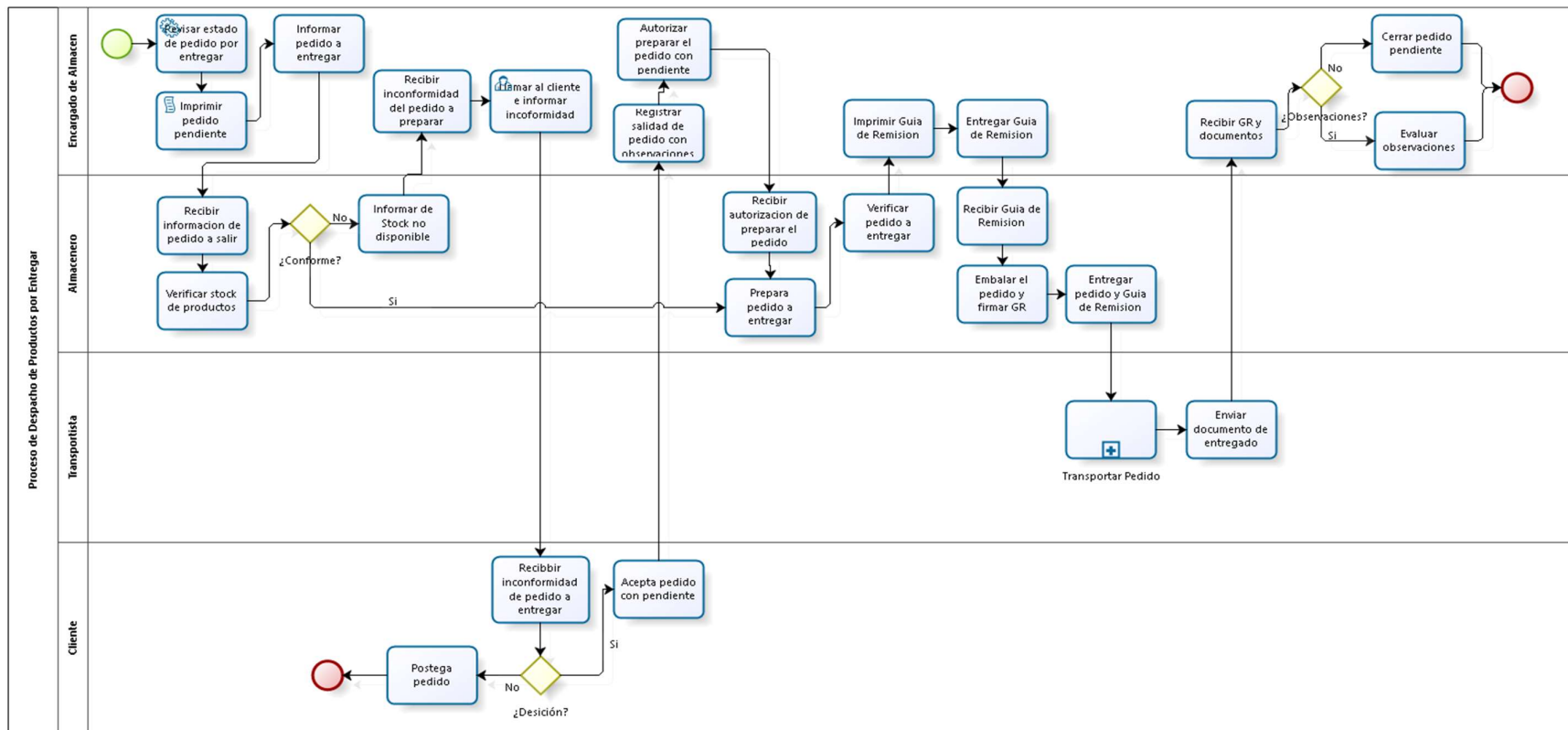
Figura 14: Diagrama de Procesos de Comercialización



Fuente: Elaboración Propia

#### 4.6.5.4. Diagrama de Procesos de Despacho de Productos por Entregar

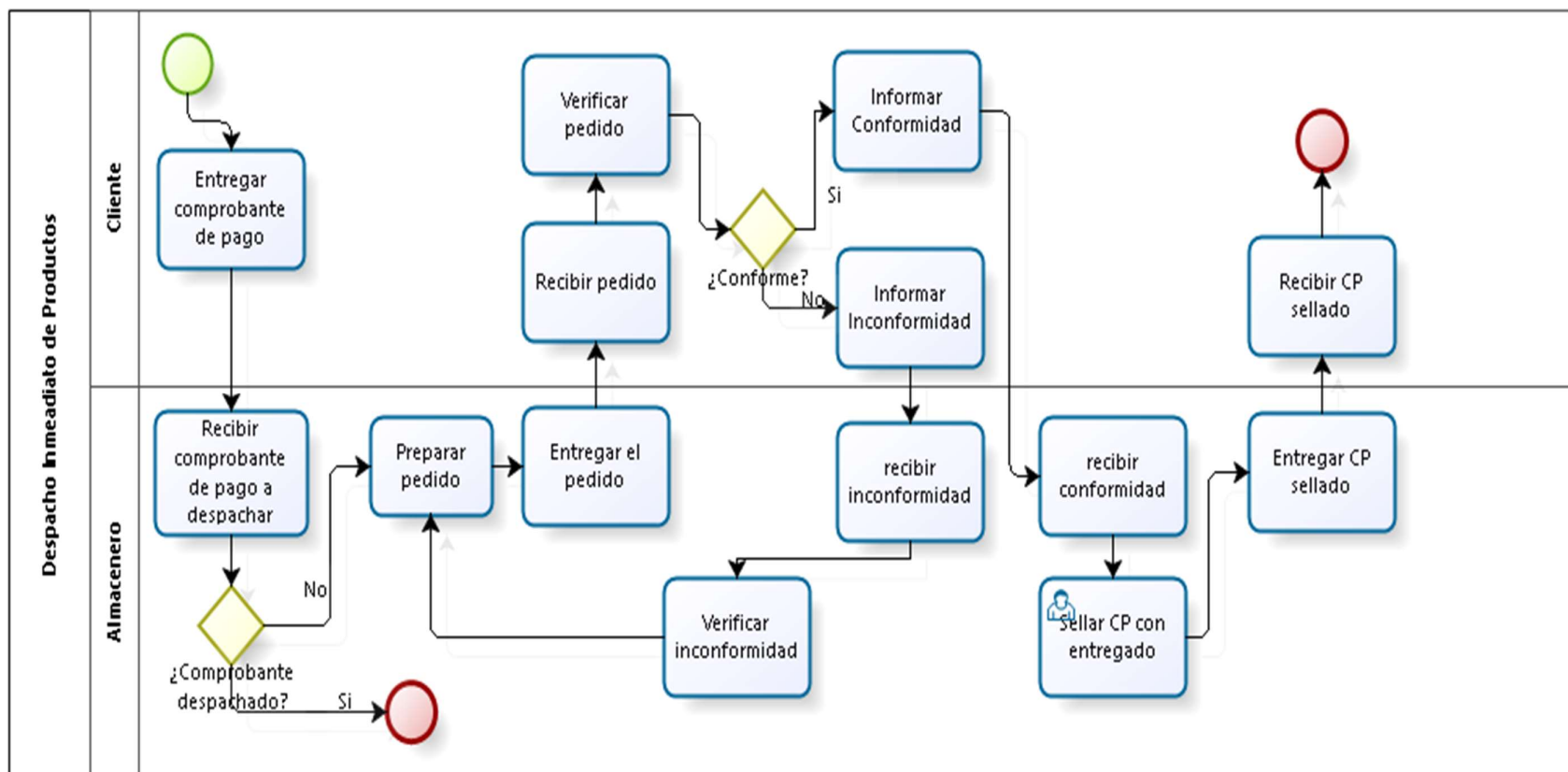
Figura 15: Diagrama de Procesos de Despacho de Productos por Entregar



Fuente: Elaboración Propia

#### 4.6.5.5. Diagrama de Proceso de Despacho Inmediato de Productos

Figura 16: Diagrama de Proceso de Despacho Inmediato de Productos

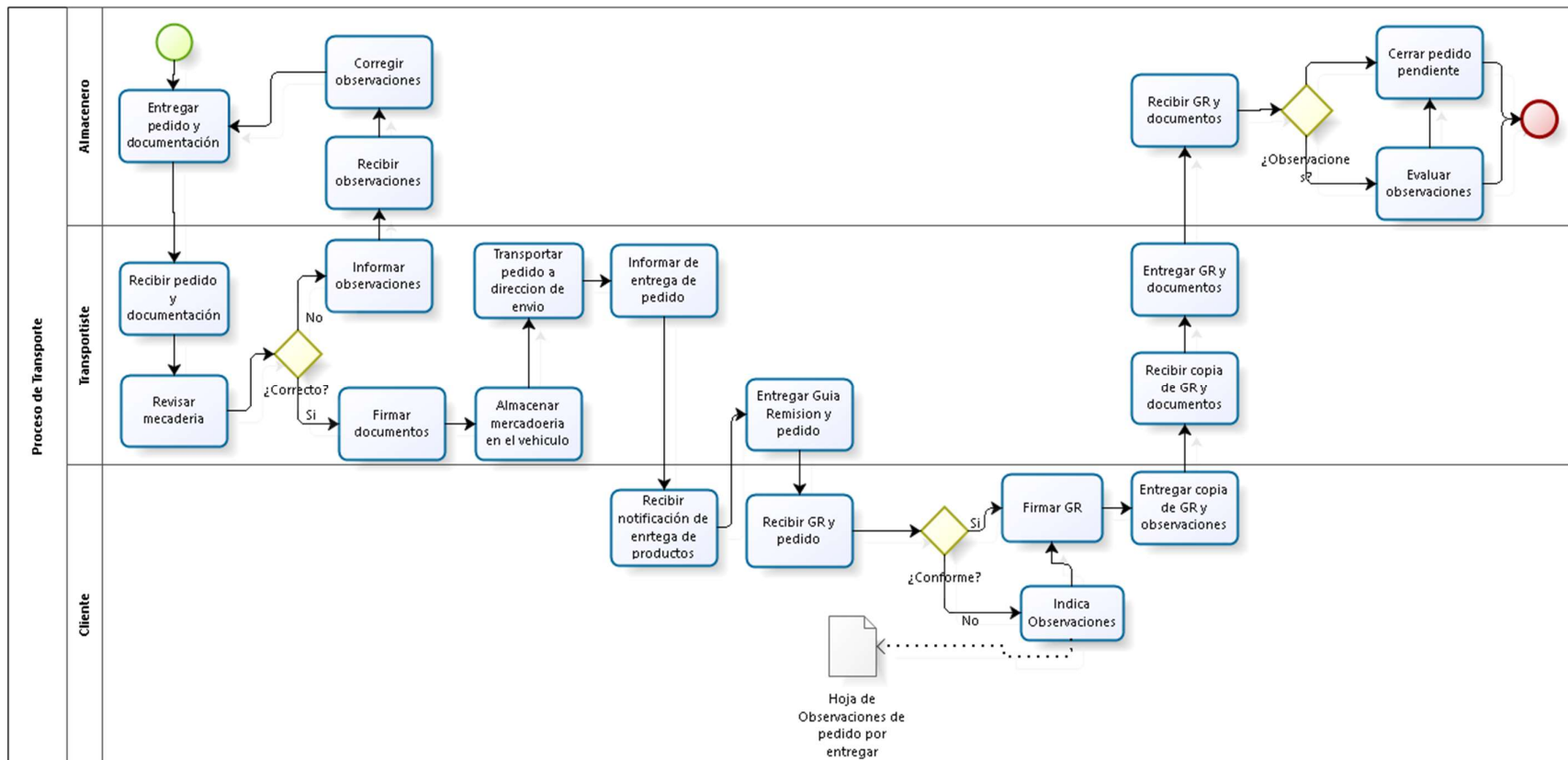


Fuente: Elaboración Propia



#### 4.6.5.6. Diagrama de Proceso de Transporte

Figura 17: Diagrama de Proceso de Transporte



Fuente: Elaboración Propia

#### 4.7. Control de los Procesos Operativos

##### 4.7.1. Indicadores de los Proceso Operativos

###### 4.7.1.1. Indicadores del Procesos Recepción de Productos

*Tabla 42: Indicadores del Procesos Recepción de Productos*

INDICADOR	FORMULA
IPR1.1: El porcentaje de productos en buen estado enviados por el proveedor.	$(\text{Productos recibidos en buen estado} / \text{total de productos recibidos}) * 100$
IPR1.2 : El número de envíos tardíos por el proveedor	Total de todos los envíos que no llegaron a tiempo

Fuente: Elaboración Propia

###### 4.7.1.2. Indicador del Proceso de Almacenamiento del Productos

INDICADOR	FORMULA
IPR1.3: El porcentaje de productos ubicados correctamente	$(\text{Productos ubicados correctamente} / \text{total de productos ubicados}) * 100$

Fuente: Elaboración Propia

###### 4.7.1.3. Indicadores del Proceso de Comercialización

*Tabla 43: Indicadores de Proceso de Comercialización*

INDICADOR	FORMULA
IPR2.1 : Porcentaje de clientes satisfechos	$(\text{Cliente satisfechos} / \text{clientes encuestados}) * 100$
IPR2.2 : El número de ventas diarias concretadas	Suma de todas la ventas concretadas en un día
IPR2.3 : Numero de ventas canceladas a diario	La suma de ventas cancelas en un día
IPR2.3: Número de quejas atendidas	$(\text{Total de quejas atendidas} / \text{total de quejas}) * 100$

Fuente: Elaboración Propia

#### 4.7.1.4. Indicadores del Proceso de Despacho de Productos

*Tabla 44: Indicador de Proceso de Despacho de Productos*

INDICADOR	FORMULA
IPR3.1 : Porcentaje de clientes satisfechos con la entrega	$(\text{Cliente satisfechos} / \text{clientes que se les entrego producto a su domicilio}) * 100$
IPR3.2 : El número de productos afectados en el transporte	Total de envió de productos – Total de productos no devueltos por daño
IPR3.3 : Numero envíos tardíos	Total de envíos – total de envíos entregados a tiempo
IPR3.4: Faltante de Productos	Total de productos a entregar – total de productos entregado

Fuente: Elaboración Propia

#### 4.7.1.5. Indicadores del Proceso de transporte

*Tabla 45: Indicador de Proceso de Transporte*

INDICADOR	FORMULA
IPR4.1 : Porcentaje de entrega de productos a tiempo a cliente	$(\# \text{ de entrega a tiempo} / \# \text{ total de entregas}) * 100$
IPR4.2 : Número de productos dañados por el transporte	Total de productos devueltos por daño
IPR4.3 : Porcentaje de clientes satisfechos con el transporte de envió	$(\# \text{ de clientes satisfechos con el envió} / \# \text{ de clientes de envió}) * 100$

Fuente: Elaboración Propia

#### 4.7.2. Medición de los Procesos Operativos

##### 4.7.2.1. Metas de los Indicadores del Procesos de Recepción y Almacenamiento de Productos

*Tabla 46: Meta de Indicadores del Proceso de Recepción y Almacenamiento*

INDICADOR	META PLANTEADA
IPR1.1: El porcentaje de productos en buen estado enviados por el proveedor	Mayor de 98 %
IPR1.2 : El número de envíos tardíos por el	Menor a 2

proveedor	
IPR1.3: El porcentaje de productos ubicados correctamente	Igual al 100%

Fuente: Elaboración Propia

#### 4.7.2.2. Metas de los Indicadores del Proceso de comercialización

*Tabla 47: Metas de los Indicadores del Proceso de comercialización*

INDICADOR	META PLANTEADA
IPR2.1 : Porcentaje de clientes satisfechos	Mayor al 85 %
IPR2.2 : El número de ventas diarias concretadas	Mayor a 52
IPR2.3 : Numero de ventas canceladas a diario	Menor a 5
IPR2.4 : Número de quejas atendidas	No menor al 93 %

Fuente: Elaboración Propia

#### 4.7.2.3. Metas de los Indicadores del Proceso de Despacho

*Tabla 48: Metas de los Indicadores del Proceso de Despacho*

INDICADOR	META PLANTEADA
IPR3.1 : Porcentaje de clientes satisfechos con la entrega	Mayor al 90 %
IPR3.2 : El número de productos afectados en el transporte	Menor a 5
IPR3.3 : Numero envíos tardíos	Menor a 5
IPR3.4 Faltante de productos	Igual a 0

Fuente: Elaboración Propia

#### 4.7.2.4. Metas de los Indicadores del Proceso de transporte

*Tabla 49: Metas de los Indicadores del Proceso de transporte*

INDICADOR	META PLANTEADA
IPR4.1 : Porcentaje de entrega de productos a tiempo a cliente	Mayor a 95 %
IPR4.2 : Número de productos dañados por el transporte	Igual a 0

IPR4.3 : Porcentaje de clientes satisfechos con el transporte de envió	Mayor a 95 %
--	--------------

Fuente: Elaboración Propia

#### 4.7.3. Ficha de Indicadores de los Proceso Operativos

##### 4.7.3.1. Ficha del Indicadores del Proceso de Recepción y Almacenamiento de Productos

Tabla 50: Ficha de Indicador FIPR.01.1

<b>FICHA DE INDICADOR</b>	<b>Referencia:</b> Procesos PRO - REX - 01 <b>Código de Ficha:</b> FIPR.01.1
<b>Nombre del Indicador</b>	El porcentaje de productos en buen estado enviados por el proveedor
<b>Responsable del Indicador</b>	Almacenero
<b>Objetivo del Indicador</b>	Saber la cantidad de productos que llegan al almacén en buen estado por parte de los proveedores
<b>Forma de Calculo</b>	(Productos recibidos en buen estado / total de productos recibidos)* 100
<b>Resultado Planificado (meta implantada)</b>	Mayor a 98 %
<b>Fuentes de Información</b>	Órdenes de Compra y Hoja de Observación de almacén
<b>Seguimiento y Presentación</b>	Mensual – Explicación breve al jefe de logística

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 51: Ficha de Indicador FIPR.01.2

<b>FICHA DE INDICADOR</b>	<b>Referencia:</b> Procesos PRO - REX - 01 <b>Código de Ficha:</b> FIPR.01.2
<b>Nombre del Indicador</b>	El número de envíos tardíos por el proveedor
<b>Responsable del Indicador</b>	Almacenero
<b>Objetivo del Indicador</b>	Saber cuál es el número de envíos con demora por parte de los proveedores

	hacia la empresa.
<b>Forma de Calculo</b>	Total de todos los envíos que no llegaron a tiempo
<b>Resultado Planificado (meta implantada)</b>	Menor a 2
<b>Fuentes de Información</b>	Órdenes de Compra y Hoja de Observación de almacén
<b>Seguimiento y Presentación</b>	Mensual - Explicación breve al jefe de logística

Fuente: Elaboración Propia

*Tabla 52: Ficha de Indicador de Proceso FIRP.01.4*

<b>FICHA DE INDICADOR</b>	<b>Referencia:</b> Procesos PRO - REX - 01 <b>Código de Ficha:</b> FIRP.01.3
<b>Nombre del Indicador</b>	El porcentaje de productos ubicados correctamente
<b>Responsable del Indicador</b>	Almacenero
<b>Objetivo del Indicador</b>	Saber la cantidad de porcentaje de productos ubicados en el almacén.
<b>Forma de Calculo</b>	Contar con todos los productos almacenados
<b>Resultado Planificado (meta implantada)</b>	Igual a 100%
<b>Fuentes de Información</b>	Órdenes de Compra
<b>Seguimiento y Presentación</b>	Mensual - Explicación breve al jefe de logística

Fuente: Elaboración Propia

#### 4.7.3.2. Ficha de Indicadores del Proceso de Comercialización

*Tabla 53: Ficha de Indicador FIRP.02.1*

<b>FICHA DE INDICADOR</b>	<b>Referencia:</b> Procesos PRO - REX - 02 <b>Código de Ficha:</b> FIRP.02.1
<b>Nombre del Indicador</b>	Porcentaje de clientes satisfechos

<b>Responsable del Indicador</b>	Jefe de Ventas
<b>Objetivo del Indicador</b>	Medir el grado en que los clientes se sienten satisfechos con respecto al proceso de comercialización
<b>Forma de Calculo</b>	(Clientes satisfechos / Cantidad de clientes encuestados) * 100
<b>Resultado Planificado (meta implantada)</b>	Mayor o igual que el 90%
<b>Fuentes de Información</b>	Encuestas a clientes
<b>Seguimiento y Presentación</b>	Mensual – Grafica de Barras - comentada.

Fuente: Elaboración Propia

*Tabla 54: Ficha de Indicador FIPR.02.2*

<b>FICHA DE INDICADOR</b>	<b>Referencia:</b> Procesos PRO - REX - 02 <b>Código de Ficha:</b> FIPR.02.2
<b>Nombre del Indicador</b>	El número de ventas diarias concretadas
<b>Responsable del Indicador</b>	Jefe de Ventas
<b>Objetivo del Indicador</b>	Obtener la cantidad precisas de la cantidad de ventas realizadas de acuerdo a la cantidad de pedidos almacenados
<b>Forma de Calculo</b>	Suma de todas la ventas concretadas en un día
<b>Resultado Planificado (meta implantada)</b>	Mayor a 52
<b>Fuentes de Información</b>	Registro de ventas
<b>Seguimiento y Presentación</b>	Diario

Fuente: Elaboración Propia

*Tabla 55: Ficha de Indicador FIPR.02.3*

<b>FICHA DE INDICADOR</b>	<b>Referencia:</b> Procesos PRO - REX - 02 <b>Código de Ficha:</b> FIPR.02.3
<b>Nombre del Indicador</b>	Número de ventas canceladas a diario

<b>Responsable del Indicador</b>	Jefe de Ventas
<b>Objetivo del Indicador</b>	Saber la cantidad de ventas canceladas de acuerdo a los pedidos realizados.
<b>Forma de Calculo</b>	Suma de todas la ventas concretadas en un día
<b>Resultado Planificado (meta implantada)</b>	Menor a 5
<b>Fuentes de Información</b>	Registro de ventas
<b>Seguimiento y Presentación</b>	Diario

Fuente: Elaboración Propia

*Tabla 56: Ficha de Indicador FIPR.02.4*

<b>FICHA DE INDICADOR</b>	<b>Referencia:</b> Procesos PRO - REX - 02 <b>Código de Ficha:</b> FIPR.02.4
<b>Nombre del Indicador</b>	Número de quejas atendidas
<b>Responsable del Indicador</b>	Jefe de Ventas
<b>Objetivo del Indicador</b>	Saber la cantidad de quejas que se presentan en el área de ventas y fueron atendidas a tiempo
<b>Forma de Calculo</b>	(Total de quejas atendidas / total de quejas) * 100
<b>Resultado Planificado (meta implantada)</b>	Menor a 93
<b>Fuentes de Información</b>	Registro de quejas
<b>Seguimiento y Presentación</b>	Diario

Fuente: Elaboración Propia

#### 4.7.3.3. Ficha e Indicador de Proceso de Despacho

*Tabla 57: Ficha de Indicador FIPR.03.1*

<b>FICHA DE INDICADOR</b>	<b>Referencia:</b> Procesos PRO - REX – 03/04 <b>Código de Ficha:</b> FIPR.03.1
<b>Nombre del Indicador</b>	Porcentaje de clientes satisfechos con la entrega



<b>Responsable del Indicador</b>	Almacenero
<b>Objetivo del Indicador</b>	Medir el grado en que los clientes se sienten satisfechos con respecto al envío de sus productos a sus domicilios
<b>Forma de Calculo</b>	(Cliente satisfechos que se les entrego su producto a domicilio / clientes que se les entrego producto a su domicilio)* 100
<b>Resultado Planificado (meta implantada)</b>	Mayor o igual que el 97%
<b>Fuentes de Información</b>	Hoja de Entrega de Productos a Clientes
<b>Seguimiento y Presentación</b>	Mensual – Grafica de Barras - comentada.

Fuente: Elaboración Propia

*Tabla 58: Ficha de Indicador FIPR.03.2*

<b>FICHA DE INDICADOR</b>	<b>Referencia:</b> Procesos PRO - REX – 03/04 <b>Código de Ficha:</b> FIPR.03.2
<b>Nombre del Indicador</b>	El número de productos afectados en el transporte
<b>Responsable del Indicador</b>	Almacenero
<b>Objetivo del Indicador</b>	Obtener la cantidad de productos dañados por medio del transporte y tomar medidas correctivas
<b>Forma de Calculo</b>	Total de envío de productos – Total de productos no devueltos por daño
<b>Resultado Planificado (meta implantada)</b>	Menor a 5
<b>Fuentes de Información</b>	Hoja de Entrega de Productos a Clientes
<b>Seguimiento y Presentación</b>	Mensual – Grafica de Barras - comentada.

Fuente: Elaboración Propia

*Tabla 59: Ficha de Indicador FIPR.03.3*

<b>FICHA DE INDICADOR</b>	<b>Referencia:</b> Procesos PRO - REX – 03/04 <b>Código de Ficha:</b> FIPR.03.3
<b>Nombre del Indicador</b>	Numero envíos tardíos
<b>Responsable del Indicador</b>	Almacenero
<b>Objetivo del Indicador</b>	Saber cuál es la eficiencia de entrega rápida de productos a los clientes
<b>Forma de Calculo</b>	Total de envíos – total de envíos entregados a tiempo
<b>Resultado Planificado (meta implantada)</b>	Menor a 5
<b>Fuentes de Información</b>	Envíos Pendientes
<b>Seguimiento y Presentación</b>	Mensual – Grafica de Barras - comentada.

Fuente: Elaboración Propia

*Tabla 60: Ficha de Indicador FIPR 03.4*

<b>FICHA DE INDICADOR</b>	<b>Referencia:</b> Procesos PRO - REX – 03/04 <b>Código de Ficha:</b> FIPR.03.4
<b>Nombre del Indicador</b>	Numero envíos tardíos
<b>Responsable del Indicador</b>	Almacenero
<b>Objetivo del Indicador</b>	Saber cuál es la eficiencia de entrega rápida de productos a los clientes
<b>Forma de Calculo</b>	Total de envíos – total de envíos entregados a tiempo
<b>Resultado Planificado (meta implantada)</b>	Menor a 5
<b>Fuentes de Información</b>	Envíos Pendientes
<b>Seguimiento y Presentación</b>	Mensual – Grafica de Barras - comentada.

Fuente: Elaboración Propia

#### 4.7.3.4. Ficha de Indicar de Proceso de Transporte

Tabla 61: Ficha de Indicador FIPR.04.1

<b>FICHA DE INDICADOR</b>	Referencia: Procesos PRO - REX - 5 Código de Ficha: FIPR.04.1
<b>Nombre del Indicador</b>	Porcentaje de entrega de productos a tiempo a cliente
<b>Responsable del Indicador</b>	Transportista
<b>Objetivo del Indicador</b>	Saber la eficiencia con respecto a la rapidez o cumplimiento de entrega con los pedidos
<b>Forma de Calculo</b>	$(\# \text{ de entrega transportados a tiempo} / \# \text{ total de entregas transportadas}) * 100$
<b>Resultado Planificado (meta implantada)</b>	Mayor a 95 %
<b>Fuentes de Información</b>	Hoja de entrega pendiente
<b>Seguimiento y Presentación</b>	Mensual – Grafica de Barras - comentada.

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 62: Ficha de Indicador FIPR04.2

<b>FICHA DE INDICADOR</b>	Referencia: Procesos PRO - REX - 5 Código de Ficha: FIPD0.4.2
<b>Nombre del Indicador</b>	Número de productos dañados por el transporte
<b>Responsable del Indicador</b>	Transportista
<b>Objetivo del Indicador</b>	Saber en qué medidas es transportado el producto al destino final
<b>Forma de Calculo</b>	Total de productos devueltos por daño
<b>Resultado Planificado (meta implantada)</b>	Igual a 0
<b>Fuentes de Información</b>	Hoja de observaciones de almacén
<b>Seguimiento y Presentación</b>	Mensual – Grafica de Barras - comentada.

Fuente: Elaboración Propia

*Tabla 63: Ficha de Indicador FIPR.04.3*

<b>FICHA DE INDICADOR</b>	Referencia: Procesos PRO - REX - 5 Código de Ficha: FIPR.4.3
<b>Nombre del Indicador</b>	Porcentaje de clientes satisfechos con el transporte de envió
<b>Responsable del Indicador</b>	Transportista
<b>Objetivo del Indicador</b>	Saber cómo se sienten los clientes con respecto al servicio de entrega a domicilio
<b>Forma de Calculo</b>	$(\# \text{ de clientes satisfechos con el envío} / \# \text{ de clientes de envío}) * 100$
<b>Resultado Planificado</b>	Mayor a 95
<b>Fuentes de Información</b>	Hoja de entrega pendiente
<b>Seguimiento y Presentación</b>	Mensual – Grafica de Barras - comentada.

Fuente: Elaboración Propia

#### 4.8. Mejora Continua

*Figura 18: Mejora Continua General de REXEL S.A.C.*



**Proceso:** Recepción y Almacenamiento del Producto

**Principales debilidades encontradas:**

- Daño físico de productos al momento de Recepcionar
- Confusión de orden de almacenamiento de productos

**Propuesta de mejora:**

- Los empleados encargados del almacenamiento deben tener todas sus herramientas necesarias para el traslado del producto, para velar por el cumplimiento de esto, el jefe de logística de estar supervisando constantemente que esto sea correcto.
- Los stands donde están los productos deben estar identificados y clasificados de acuerdo a lo que el jefe de logística indico, los almaceneros deben dejar el producto en el lugar indicado.

**Proceso:** Comercialización

**Principales debilidades encontradas:**

- Demora en la toma de los productos para el pedido.

- Falta de conocimiento acerca de la funcionalidad de los productos
- No cuentan con speech de presentación.
- Se cuenta con una sola caja para realizar los pago

**Propuesta de mejora:**

- Se debe realizar la capacitación adecuada del sistema de información de acuerdo a los módulos y áreas en las que desempeñen sus laborales los trabajadores; así como las diferentes funciones con las que se puedan apoyar en el sistema de información permitiéndoles agilizar la toma de pedido.
- Coordinar con las marcas de productos para la realización de charlas y capacitación de las funciones y usos que se le dan a los productos, para que de ese modo se le pueda orientar al cliente acerca de un producto que deseen.
- Implementar un speech de presentación para mejorar la atención con el cliente.
- Adicionar una caja de pago, para poder evitar colas y retraso por parte de los clientes al momento de pagar (la caja adicional solo se habilitara cuando se presentes una cantidad mayor de clientes en caja).

**Proceso:** Despacho de Productos a Clientes

**Principales debilidades encontradas:**

- Demora en la entrega de producto a domicilio
- Confusión en la entrega de productos
- Productos dañados al realizar la entrega de productos

**Propuesta de mejora:**

- El encargado de almacén debe tener una lista de los pedidos pendientes por entregar a los clientes un día antes y poder tener lista la mercadería, en el caso de que no se pueda enviar, se debe informar al cliente.
- La mercadería debe estar almacenada en cajas especificando a quien va dirigido en vez de tener los productos sueltos.
- Capacitar a los empleados de despacho sobre las diferentes herramientas a usar dentro del almacén para realizar el movimiento de los productos a despachar para así poder evitar el daño de estos mismo y a su vez verificar que aprendido en la capacitación se está poniendo en marcha.

**Proceso:** Transporte

**Principales debilidades encontradas:**

- El almacenamiento de los productos no es el adecuado provocando daño en ellos.

**Propuesta de mejora:**

- El almacenero y transportista debe revisar constantemente el vehículo de carga y verificar que este en correcto estado, así mismo introducir los productos de manera adecuada es decir no bruscamente blindando perfectamente los productos.

#### 4.9. Resultados del Modelo de Estandarización de Procesos Operativos

Estimándose los costos para el modelo de estandarización de los procesos operativos, se estableció juntos con el gerente de la REXEL S.A.C. realizar un préstamo con el valor de S/. 45 000.00 soles, El préstamo fue cotizado por un representante de la Caja Trujillo, ya que ofrece una mejor tasa de intereses con respecto a las demás entidades financieras y a su vez teniendo como aval un cuenta corriente.

*Tabla 64: Datos de Prestamos*

CONCEPTOS	DATOS
Monto	45,000.00
TEA	12
Nro. De Cuotas	60
Desembolso	1/01/2018
TCA	13.93
Periodo fijo	Mensual
CUOTA	S/. 1,026.51

Fuente: Elaboración propia – Análisis Caja Trujillo

*Tabla 65: Cronograma de Pagos a Caja Trujillo*

CRONOGRAMA DE PAGO									
Nro.	Fecha	Cuota	Seg. Imnm.	Seg. Desg.	Seg de Bienes	Intereses	Capital	Saldo Capital	Cuota + ITF
0	1/01/2018	0	0	0	0	0	0	45000	0
1	31/01/2018	1026.46	0	39.95	15.09	427	544.42	44455.58	1026.51
2	2/03/2018	1026.46	0	39.46	15.09	421.83	550.08	43905.5	1026.51
3	2/04/2018	1026.46	0	40.27	15.59	430.57	540.03	43365.47	1026.51
4	2/05/2018	1026.46	0	38.49	15.09	411.49	561.39	42804.08	1026.51
5	31/05/2018	1026.46	0	36.73	14.59	392.56	582.58	42221.5	1026.51
6	30/06/2018	1026.46	0	37.48	15.09	400.63	573.26	41648.24	1026.51
7	30/07/2018	1026.46	0	36.97	15.09	395.19	579.21	41069.03	1026.51
8	29/08/2018	1026.46	0	36.46	15.09	389.7	585.21	40483.82	1026.51
9	28/09/2018	1026.46	0	35.94	15.09	384.14	591.29	39892.53	1026.51
10	29/10/2018	1026.46	0	36.59	15.59	391.21	583.07	39309.46	1026.51
11	27/11/2018	1026.46	0	33.73	14.59	360.51	617.63	38691.83	1026.51

12	27/12/2018	1026.46	0	34.35	15.09	367.14	609.88	38081.95	1026.51
13	26/01/2019	1026.46	0	33.8	15.09	361.35	616.22	37465.73	1026.51
14	25/02/2019	1026.46	0	33.26	15.09	355.5	622.61	36843.12	1026.51
15	27/03/2019	1026.46	0	32.7	15.09	349.6	629.07	36214.05	1026.51
16	26/04/2019	1026.46	0	32.15	15.09	343.63	635.59	35578.46	1026.51
17	27/05/2019	1026.46	0	32.63	15.59	348.9	629.34	34949.12	1026.51
18	25/06/2019	1026.46	0	29.99	14.59	320.52	661.36	34287.76	1026.51
19	25/07/2019	1026.46	0	30.44	15.09	325.35	655.58	33632.18	1026.51
20	24/08/2019	1026.46	0	29.85	15.09	319.13	662.39	32969.79	1026.51
21	23/09/2019	1026.46	0	29.27	15.09	312.84	669.26	32300.53	1026.51
22	23/10/2019	1026.46	0	28.67	15.09	306.49	676.21	31624.32	1026.51
23	22/11/2019	1026.46	0	28.07	15.09	300.08	683.22	30941.1	1026.51
24	23/12/2019	1026.46	0	28.38	15.59	303.43	679.06	30262.04	1026.51
25	21/01/2020	1026.46	0	25.97	14.59	277.53	708.37	29553.67	1026.51
26	20/02/2020	1026.46	0	26.23	15.09	280.43	704.71	28848.96	1026.51
27	21/03/2020	1026.46	0	25.61	15.09	273.74	712.02	28136.94	1026.51
28	20/04/2020	1026.46	0	24.98	15.09	266.99	719.4	27417.54	1026.51
29	20/05/2020	1026.46	0	24.34	15.09	260.16	726.87	26690.67	1026.51
30	19/06/2020	1026.46	0	23.69	15.09	253.26	734.42	25956.25	1026.51
31	20/07/2020	1026.46	0	23.81	15.59	254.54	732.52	25223.73	1026.51
32	18/08/2020	1026.46	0	21.64	14.59	231.33	758.9	24464.83	1026.51
33	17/09/2020	1026.46	0	21.72	15.09	232.14	757.51	23707.32	1026.51
34	17/10/2020	1026.46	0	21.04	15.09	224.95	765.38	22941.94	1026.51
35	16/11/2020	1026.46	0	20.36	15.09	217.69	773.32	22168.62	1026.51
36	16/12/2020	1026.46	0	19.68	15.09	210.35	781.34	21387.28	1026.51
37	15/01/2021	1026.46	0	18.98	15.09	202.94	789.45	20597.83	1026.51
38	15/02/2021	1026.46	0	18.89	15.59	202	789.98	19807.85	1026.51
39	16/03/2021	1026.46	0	17	14.59	181.66	813.21	18994.64	1026.51
40	15/04/2021	1026.46	0	16.86	15.09	180.24	814.27	18180.37	1026.51
41	15/05/2021	1026.46	0	16.14	15.09	172.51	822.72	17357.65	1026.51
42	14/06/2021	1026.46	0	15.41	15.09	164.7	831.26	16526.39	1026.51
43	14/07/2021	1026.46	0	14.67	15.09	156.82	839.88	15686.51	1026.51
44	13/08/2021	1026.46	0	13.92	15.09	148.85	848.6	14837.91	1026.51
45	13/09/2021	1026.46	0	13.61	15.59	145.51	851.75	13986.16	1026.51
46	12/10/2021	1026.46	0	12	14.59	128.27	871.6	13114.56	1026.51
47	11/11/2021	1026.46	0	11.64	15.09	124.44	875.29	12239.27	1026.51
48	11/12/2021	1026.46	0	10.86	15.09	116.14	884.37	11354.9	1026.51
49	10/01/2022	1026.46	0	10.08	15.09	107.74	893.55	10461.35	1026.51
50	9/02/2022	1026.46	0	9.29	15.09	99.27	902.81	9558.54	1026.51
51	11/03/2022	1026.46	0	8.48	15.09	90.7	912.19	8646.35	1026.51
52	11/04/2022	1026.46	0	7.93	15.59	84.79	918.15	7728.2	1026.51
53	10/05/2022	1026.46	0	6.63	14.59	70.88	934.36	6793.84	1026.51



54	9/06/2022	1026.46	0	6.03	15.09	64.47	940.87	5852.97	1026.51
55	9/07/2022	1026.46	0	5.2	15.09	55.54	950.63	4902.34	1026.51
56	8/08/2022	1026.46	0	4.35	15.09	46.52	960.5	3941.84	1026.51
57	7/09/2022	1026.46	0	3.5	15.09	37.4	970.47	2971.37	1026.51
58	7/10/2022	1026.46	0	2.64	15.09	28.19	980.54	1990.83	1026.51
59	7/11/2022	1026.46	0	1.83	15.59	19.52	989.52	1001.31	1026.51
60	6/12/2022	1025.94	0	0.86	14.59	9.18	1001.31	0	1025.99

Para la elaboración de la proyección financiera de la implementación del modelo de estandarización de los procesos operativos, se desarrolló en comparación a los resultados de este presente año 2016 proveídos por la empresa Comercializadora Eléctricos REXEL S.A.C, la cual permitió realizar el estado de ganancias y pérdidas en base a los datos que fueron proveídos.

En la proyección de los estados financieros de REXEL S.A.C. esta formulado en los próximos 5 años (2018, 2019, 2020, 2021 y 2022), teniéndose en cuenta como base el cumplimiento de los objetivos planteados.

- Incrementar las ventas en un 1.10% anual durante los próximos 5 años.
- Minimizar las devoluciones a un 70% anual durante los próximos 5 años
- Tener al 100% del personal de los procesos operativos capacitados.
- Incrementar la rentabilidad en un 10.5% anual durante los próximos 5 años.
- Incrementar la satisfacción al cliente a no menos de 95 %

En la siguiente tabla se mostraran el estado de resultados de ganancias y pérdidas de los 5 años así mismo se mostrara la proyección de los estados de ganancias y pérdidas de los 5 años de manera generalizada, permitiendo realizar las comparaciones entre ellos y establece los resultados de costos y beneficios.

Tabla 66: Estado de Ganancias y Pérdidas 2017

		Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Setiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	ACOMULADO
<b>INGRESOS</b>														
	Ventas	72964.15	77598.60	97215.21	84233.57	81590.66	71656.20	82266.31	86231.10	79302.30	76289.15	72400.61	70478.25	952226.11
(-)	Devoluciones	500.00	265.00	50.00	10.00	250.00	.00	1289.66	150.00	130.00	150.00	250.00	2000.00	5044.66
(-)	Descuentos	100.00	.00	.00	.00	30.00	.00	.00	.00	.00	20.00	.00	.00	150.00
	<b>Ventas Netas</b>	<b>72364.15</b>	<b>77333.60</b>	<b>97165.21</b>	<b>84223.57</b>	<b>81310.66</b>	<b>71656.20</b>	<b>80976.65</b>	<b>86081.10</b>	<b>79172.30</b>	<b>76119.15</b>	<b>72150.61</b>	<b>68478.25</b>	<b>947031.45</b>
<b>COSTOS DE VENTA</b>														
(-)	Costo de ventas	40756.20	44779.00	64165.00	50934.00	49693.00	41896.00	51568.00	55644.00	46971.00	45311.00	42071.00	36773.00	570561.20
	<b>UTILIDAD BRUTA</b>	<b>31607.95</b>	<b>32554.60</b>	<b>33000.21</b>	<b>33289.57</b>	<b>31617.66</b>	<b>29760.20</b>	<b>29408.65</b>	<b>30437.10</b>	<b>32201.30</b>	<b>30808.15</b>	<b>30079.61</b>	<b>31705.25</b>	<b>376470.25</b>
<b>GASTOS OPERATIVOS</b>														
(+)	Sueldos y Salarios	23000.00	23000.00	23000.00	23000.00	23000.00	23000.00	23000.00	23000.00	23000.00	23000.00	23000.00	23000.00	276000.00
(+)	Publicidad	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00
(+)	Alquiler local	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00
(+)	Mantenimiento de equipos	400.00	400.00	400.00	400.00	400.00	400.00	400.00	400.00	400.00	400.00	400.00	400.00	4800.00
(-)	<b>Gastos Operativos</b>	<b>23400.00</b>	<b>23400.00</b>	<b>23400.00</b>	<b>23400.00</b>	<b>23400.00</b>	<b>23400.00</b>	<b>23400.00</b>	<b>23400.00</b>	<b>23400.00</b>	<b>23400.00</b>	<b>23400.00</b>	<b>23400.00</b>	<b>280800.00</b>
<b>GASTOS DE VENTA</b>														
(+)	Agua	300.00	321.70	403.03	349.21	338.25	297.07	341.05	357.49	328.76	316.27	300.15	292.18	3945.16
(+)	Teléfono	250.00	268.08	335.85	291.01	281.88	247.55	284.21	297.91	273.97	263.56	250.13	243.48	3287.63
(+)	Electricidad	1800.00	1930.20	2418.15	2095.24	2029.50	1782.39	2046.31	2144.93	1972.58	1897.63	1800.91	1753.09	23670.93
(+)	Autoevaluó	350.00	375.32	470.20	407.41	394.63	346.58	397.89	417.07	383.56	368.98	350.18	340.88	4602.68
(+)	Comisiones	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00	.00
(+)	Telefonía celular	450.00	450.00	450.00	450.00	450.00	450.00	450.00	450.00	450.00	450.00	450.00	450.00	5400.00
(-)	<b>Gastos de venta</b>	<b>3150.00</b>	<b>3345.30</b>	<b>4077.23</b>	<b>3592.86</b>	<b>3494.25</b>	<b>3123.59</b>	<b>3519.46</b>	<b>3667.39</b>	<b>3408.87</b>	<b>3296.45</b>	<b>3151.36</b>	<b>3079.63</b>	<b>40906.40</b>
	<b>UTILIDAD OPERATIVA</b>	<b>5057.95</b>	<b>5809.30</b>	<b>5522.98</b>	<b>6296.71</b>	<b>4723.41</b>	<b>3236.61</b>	<b>2489.19</b>	<b>3369.71</b>	<b>5392.43</b>	<b>4111.70</b>	<b>3528.25</b>	<b>5225.62</b>	<b>54763.85</b>
<b>OTROS EGRESOS (GASTOS)</b>														
(-)	Créditos	3000.00	3000.00	3000.00	3000.00	3000.00			.00	.00	.00	.00	.00	15000.00
	<b>UTILIDAD ANTES DE LOS IMPUESTOS</b>	<b>2057.95</b>	<b>2809.30</b>	<b>2522.98</b>	<b>3296.71</b>	<b>1723.41</b>	<b>3236.61</b>	<b>2489.19</b>	<b>3369.71</b>	<b>5392.43</b>	<b>4111.70</b>	<b>3528.25</b>	<b>5225.62</b>	<b>39763.85</b>
(-)	Impuesto a la renta	370.43	505.67	454.14	593.41	310.21	582.59	448.05	606.55	970.64	740.11	635.08	940.61	7157.49
	<b>UTILIDAD NETA</b>	<b>1687.52</b>	<b>2303.62</b>	<b>2068.85</b>	<b>2703.30</b>	<b>1413.19</b>	<b>2654.02</b>	<b>2041.13</b>	<b>2763.16</b>	<b>4421.79</b>	<b>3371.60</b>	<b>2893.16</b>	<b>4285.00</b>	<b>32606.36</b>

Fuente: Elaboración propia – Análisis financieros de la empresa

Tabla 67: Estado de Ganancias y Pérdidas 2017 - 2022 proyectada

	2017	2018	2019	2020	2021	2022
<b>INGRESOS</b>						
Ventas	952226.11	962700.60	973290.30	983996.50	994820.46	1005763.48
(-) Devoluciones	5044.66	1513.40	454.02	136.21	40.86	12.26
(-) Descuentos	150.00	30.00	6.00	.00	.00	.00
<b>Ventas Netas</b>	<b>947031.45</b>	<b>961157.20</b>	<b>972830.28</b>	<b>983860.29</b>	<b>994779.60</b>	<b>1005751.23</b>
<b>COSTOS DE VENTA</b>						
(-) Costo de ventas	570561.20	577407.93	577407.93	577407.93	577407.93	577407.93
<b>UTILIDAD BRUTA</b>	<b>376470.25</b>	<b>383749.26</b>	<b>395422.35</b>	<b>406452.36</b>	<b>417371.66</b>	<b>428343.29</b>
<b>GASTOS OPERATIVOS</b>						
Sueldos y Salarios	276000.00	276000.00	276000.00	276000.00	276000.00	276000.00
(+) Publicidad	.00	.00	.00	.00	.00	.00
(+) Alquiler local	.00	.00	.00	.00	.00	.00
(+) Mantenimiento de equipos	4800.00	4800.00	4800.00	4800.00	4800.00	4800.00
(-) <b>Gastos Operativos</b>	<b>280800.00</b>	<b>280800.00</b>	<b>280800.00</b>	<b>280800.00</b>	<b>280800.00</b>	<b>280800.00</b>
<b>GASTOS DE VENTAS</b>						
(+) Agua	3945.16	3991.07	4034.97	4079.35	4124.23	4169.59
(+) Teléfono	3287.63	3325.89	3362.47	3399.46	3436.86	3474.66
(+) Electricidad	23670.93	23946.40	24209.81	24476.12	24745.36	25017.56
(+) Autoevaluó	4602.68	4656.24	4707.46	4759.25	4811.60	4864.53
(+) Comisiones	.00	.00	.00	.00	.00	.00
(+) Telefonía celular	5400.00	5986.60	6052.45	6119.03	6186.34	6254.39
(-) <b>Gastos de Ventas</b>	<b>40906.40</b>	<b>41906.20</b>	<b>42367.17</b>	<b>42833.21</b>	<b>43304.38</b>	<b>43780.73</b>
<b>UTILIDAD OPERATIVA</b>	<b>54763.85</b>	<b>61043.06</b>	<b>72255.18</b>	<b>82819.15</b>	<b>93267.29</b>	<b>103762.57</b>
<b>OTROS EGRESOS (GASTOS)</b>						
(-) Créditos	15000.00	12311.88	12311.88	12311.88	12311.88	12311.88
<b>UTILIDAD ANTES DE LOS IMPUESTOS</b>	<b>39763.85</b>	<b>48731.18</b>	<b>59943.30</b>	<b>70507.27</b>	<b>80955.41</b>	<b>91450.69</b>
(-) Impuesto a la renta	7157.49	9746.24	11988.66	14101.45	16191.08	18290.14
<b>UTILIDAD NETA</b>	<b>32606.36</b>	<b>38984.94</b>	<b>47954.64</b>	<b>56405.81</b>	<b>64764.32</b>	<b>73160.55</b>

Fuente: Elaboración propia – Análisis financieros de la empresa

En la tabla n°62 se aprecia que la utilidad neta de la empresa se incrementa cada año, por lo que se cumple con el objetivo planteado sobre el incremento de la rentabilidad. De la misma manera los ingresos por venta se incrementan en un 6% en los 5 ultimos años y disminuyendo las devoluciones en un 70% anual. Cabe mencionar que el estado de ganancias y pérdidas presentado en la tabla n° 62 es un proyecto que debería suceder durante los próximos 5 años, en caso que se cumpliesen todos los objetivos planteados.

Permitiéndonos calcular los beneficios económicos de REXEL S.A.C. del modelo de estandarización de procesos operativos se realizó los siguientes cálculos:

*Tabla 68: Flujo de Efectivo Neto Proyectada*

<b>FLUJO NETO DE EFECTIVO</b>								
<b>Año de operación</b>	<b>Ingresos totales*</b>	<b>Inversiones para el proyecto</b>			<b>Valor de Rescate</b>		<b>Flujo Neto de Efectivo</b>	
		<b>Egresos totales</b>	<b>Fija</b>	<b>Diferida</b>	<b>Cap de trab.</b>	<b>Valor Residual</b>	<b>Recup. De Cap. De Trab.</b>	
0			45000.00					-45,000.00
1	961,157.20	922,172.26	4000.00					34,984.94
2	972,830.28	924,875.65	2000.00					45,954.64
3	983,860.29	927,454.48	500.00					55,905.81
4	994,779.60	930,015.27	500.00					64,264.32
5	1,005,751.23	932,590.68	100.00					73,060.55

Fuente: Elaboración propia – Análisis financieros de la empresa

*Tabla 69: Calculo de beneficios económicos proyectados*

Año de operación	Costos Totales(*) (\$)	Beneficios totales (\$)	Factor de Actualización 11.00%	Costos actualizados (\$)	Beneficios actualizados (\$)	Flujo neto de Efectivo act. (\$)
0	45,000	0	1.000	45,000.00	0.00	-45,000.00
1	926,172	961,157	0.901	834,389.42	865,907.39	31,517.97
2	926,876	972,830	0.812	752,273.07	789,570.88	37,297.81
3	927,954	983,860	0.731	678,512.32	719,390.17	40,877.85
4	930,515	994,780	0.659	612,959.23	655,292.13	42,332.90
5	932,691	1,005,751	0.593	553,506.52	596,864.40	43,357.88
<b>Total</b>	<b>3,756,518</b>	<b>4,918,379</b>		<b>3,476,640.56</b>	<b>3,627,024.97</b>	<b>150,384.41</b>

Fuente: Elaboración propia – Análisis financieros de la empresa

(\*)Siendo el cálculo de los beneficio totales por año, la suma de: ingresos totales, valor residual y recuperación de capital de trabajo por año de operación de la tabla N° 68 (flujo de efectivo neto proyectado).

*Tabla 70: Resultado de Beneficios Económicos Proyectados*

RESULTADO DE BENEFICIOS ECONOMICOS		
INDICADOR	RESULTADO	CRITERIO
<b>VAN=</b>	<b>150,384.41</b>	<b>Se acepta</b>
<b>TIR =</b>	<b>94.19%</b>	<b>Se acepta</b>
<b>B/C =</b>	<b>1.04</b>	<b>Se acepta</b>
<b>VA=</b>	<b>195,384.41</b>	<b>Se acepta</b>
<b>IR</b>	<b>4.34</b>	<b>Se acepta</b>

Fuente: Elaboración propia – Análisis financieros de la empresa

- El valor actual neto para la tasa de descuento del proyecto es:

$$\text{VAN} = \text{S/. } 150,384.41$$

Para Comercializadora Eléctricos Rexel S.A.C., el presente proyecto es rentable ya que en el VAN se refleja beneficios en la que después de cubrir los costos de este proyecto.

- La tasa interna de retorno es:

$$\text{TIR} = 94.19\%$$

Este resultado nos muestra que realizando el modelo de estandarización de los procesos operativos en la empresa generara beneficios mayores al costo.

- En el presente proyecto la relación de costo beneficios es:

$$\text{C/B} = 1.04$$

Siendo para Comercializador Eléctricos REXEL S.A.C. beneficioso de ejecutar el modelo de estandarización de procesos operativos siendo mayores al costo de este, por lo que el proyecto debe ser considerado para la ejecución.

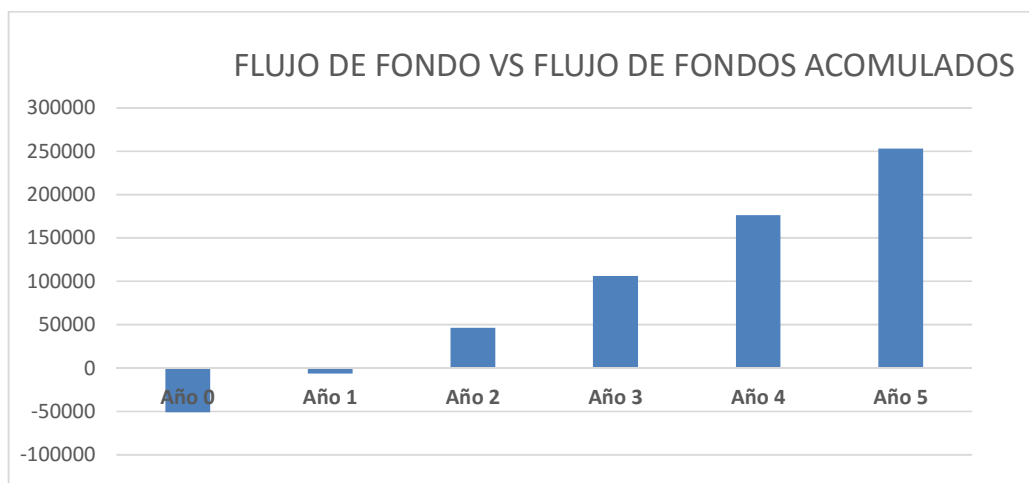
El capital será recuperado aproximadamente en el 2 año.

*Tabla 71: Periodo de Recuperación del capital*

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>Flujo de Fondo</b>	-					
<b>FF</b>	45,000.00	34,984.94	45,954.64	55,905.81	64,264.32	73,060.55
<b>ACUMULADO</b>	-45000	10,015.06	35,939.58	91,845.39	156,109.72	229,170.27
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5

Fuente: Elaboración propia – Análisis financieros de la empresa proyectado

*Figura 19: Fondo de flujo vs flujo de fondos acumulados*



Fuente: Elaboración propia – Análisis financieros de la empresa proyectado

Los resultados que se muestran en las siguientes tablas, están en base a la proyección de cumplimiento de objetivos del modelo de estandarización de procesos operativos pues se debe recordar que el presente trabajo está enfocado al impacto con el cliente, más no a la implementación de este.

La buena implementación del modelo de estandarización de procesos operativos, desarrollado en el presente proyecto, deberá impactar de una manera positiva en la satisfacción del cliente de Comercializadora REXEL S.A.C. por lo que de la misma manera se incrementara el nivel de ventas y rentabilidad, producto del mejoramiento del nivel de servicio y estandarización en sus procesos operativos y capacitación al personal.

*Figura 20: Resultado de Procesos Operativos Estandarizados*

<b>Índice de Estandarización de Procesos</b>	
<b>Indicador: Porcentaje de Procesos Operativos del negocio estandarizados</b>	
<b>Estado</b>	<b>Resultado</b>
Antes de la formulación	0%
Resultado Proyectado	100%

Fuente: Elaboración propia – Análisis de la empresa proyectado

*Figura 21: Resultado de Errores Solucionados a Tiempo*

<b>Índice de Errores Solucionados a tiempo</b>	
<b>Indicador: Porcentaje de Errores reportados que se solucionaron a tiempo en los procesos operativos</b>	
<b>Estado</b>	<b>Resultado</b>
Antes de la formulación	35%
Resultado Proyectado	90%

Fuente: Elaboración propia – Análisis de la empresa proyectado

*Figura 22: Resultado de Empleados Capacitados*

<b>Índice de Empleados Capacitados</b>	
<b>Indicador: Porcentaje de empleados capacitados para la realización de actividades</b>	
<b>Estado</b>	<b>Resultado</b>
Antes de la formulación	55%
Resultado Proyectado	100%

Fuente: Elaboración propia – Análisis de la empresa proyectado

*Figura 23: Resultado de Satisfacción de Cliente*

<b>Índice de Satisfacción de Cliente</b>	
<b>Indicador: Porcentaje de clientes satisfechos</b>	
<b>Estado</b>	<b>Resultado</b>
Antes de la formulación	48%
Resultado Proyectado	96%

Fuente: Elaboración propia – Análisis de la empresa proyectado

*Figura 24: Resultado de Venta ventas canceladas por día*

Índice de Ventas canceladas diario	
Indicador: Porcentaje de Pedidos de ventas canceladas por día	
Estado	Resultado
Antes de la formulación	11%
Resultado Proyectado	1.2%

Fuente: Elaboración propia – Análisis de la empresa proyectado

*Figura 25: Resultado de Quejas Atendidas*

Índice de Quejas Atendidas	
Indicador: Porcentaje de quejas atendidas	
Estado	Resultado
Antes de la formulación	51%
Resultado Proyectado	100%

Fuente: Elaboración propia – Análisis de la empresa proyectado



## CAPÍTULO 5. DISCUSIÓN

Los resultado que se obtienen de la proyección en el modelo de estandarización de los procesos operativos permiten dar a conocer que el estandarizar los procesos influencia de manera positiva en la atención al cliente teniendo a los proceso operativos diagramados en su totalidad; lleva a: la mejora del servicio de la atención hacia el cliente, la totalidad de los empleados capacitados de acuerdo a sus funciones en sus áreas y reduciendo en un 9.8% de ventas canceladas y teniendo todas las quejas de los clientes atendidas.

Los resultados nos reflejan la relación de la variable modelo de estandarización de los procesos operativos con la satisfacción del cliente, comprobando la teoría de Bravo, en la que nos indica que la gestión de procesos nos permite comprender y aumentar en un 95% el valor agregado de los procesos dentro de la organización para cumplir y elevar el nivel de satisfacción de los clientes.

Así mismo, Reyes & Guzmán. (2013), "Propuesta de mejora de estandarización en el proceso de calidad de servicio para el incremento de la productividad de la empresa corporación comercial Jerusalén S.A.C", indica que la empresa al tener una falta de estandarización el valor actuar del proceso de calidad de servicio es de 50% no alcanzando al requerido por el cliente, estandarizar los procesos llevara a incrementar el servicio y productividad de la organización en 28% el indicador de la calidad de servicio ofrecido por lo cual se verá reflejado de manera positiva en los valores del VAN de 240,447 y TIR de 37.85%.

De la misma manera los resultados coinciden con Gómez. (2012), en sus tesis tituladas "Estandarización y documentación de los procesos operativos de la empresa Montaind Ltda. Con base en los requisitos de la norma ISO 9001:2008" demuestra que la identificación de los procesos garantiza un 94% la efectividad en las operaciones de la misma manera al documentar los procesos a nivel operativo las quejas disminuyeron siendo actualmente 2 de las 10 quejas que se presentaban.

El estudio realizado por Asmat & Perez. (2015), "Rediseño de procesos de recepción, almacenamiento, picking, y despacho de productos para la mejora en la gestión de pedidos de la empresa Distribuidora Hermer en el Perú", dice que diseño de los procesos operativos mejora la gestión de pedidos dentro de la empresa logrando reducir en 23.2% el tiempo de ejecución de los pedidos, 39% del proceso de recepción y almacenado y 9.1% del proceso de despacho. Incrementando la eficiencia en 16% de los procesos de recepción y almacenamiento y 22.5 % del proceso de Despacho

En la investigación de Iberiko. (2013), "propuesta de un sistema de gestión por procesos para la unidad de negocios de rentas vitalicias de una empresa de seguros basada en la norma iso 9001:2008" al gestionar de manera adecuada los procesos de la empresa los colaboradores priorizan el cumplimiento de las metas en sus áreas funcionales, siendo que el 94% de los

trabajadores tienen orientación interna de sus actividades así como da un 100% en la medición y análisis de los procesos estandarizados.

Por lo descrito anteriormente, decimos que los resultados que se proyectan en este trabajo de investigación, el modelo de estandarización de procesos operativos en relación con un impacto positivo en la satisfacción del cliente, son afirmados por otros autores mencionados en el marco teórico.

## CONCLUSIONES

- El modelo de estandarización de los procesos operativos impacta positivamente en la satisfacción del cliente de la Comercializadora Eléctricos REXEL S.A.C., la cual mostró que el 97% de clientes estarán satisfechos con el servicio ofrecido por la empresa, logrando un aumento de las ventas en un 1.10% en periodos anuales.
- El diagnóstico realizado a Comercializadora Eléctricos REXEL S.A.C., mostro que no cuenta con sus procesos operativos estandarizados en su totalidad, evidenciando lo siguiente:
  - o Solo el 55% de empleados estuvo capacitado para la realización de las actividades en sus respectivas funciones dentro de los procesos operativos a los que pertenecen.
  - o No contaba con un sistema de medición (indicadores) en la que permitía evaluar el desarrollo de los procesos.
- Se diseñó los procesos operativos en su totalidad, teniendo:
  - o Mapa de procesos de la empresa
  - o Diagrama de flujo de los procesos operativos
  - o Ficha de descripción de procesos operativos.
- Dentro de la satisfacción del cliente, presentado en el modelo de estandarización de procesos operativos se obtuvo:
  - o El 100% de las quejas presentadas por los clientes estuvieron atendidos de manera correcta y el tiempo adecuado.
  - o 95% de los clientes estuvieron satisfechos con la entrega de pedido de productos a entregar.
  - o 97% de los clientes estuvieron satisfechos con el despacho inmediato de los productos.
- El impacto económico del modelo de estandarización de procesos operativos es positivo para la empresa, pues tiene un valor actual neto proyectado de S/. 150,384.41 soles y una tasa interna de retorno proyectada es de 94.16%, mostrando que la relación de costo beneficios es de 1.04 es decir que los beneficios serán mayores que los costos; de la misma manera el periodo de recuperación del capital será aproximadamente en año número 2.

## RECOMENDACIONES

- Se recomienda a Comercializadora Eléctricos Rexel S.A.C., iniciar la implementación del modelo de procesos operativos, de acuerdo a lo decretado en el presente trabajo de investigación, respetando las actividades y mapa de procesos.
- Se recomienda que la organización adopte la propuesta del diseño de cada uno de los procesos operativos, aunque esta acción implique un costo para la organización en el seguimiento y desarrollo de ciertas normas como el ISO 9001:2015; ya que traerá beneficios al generar mayor eficiencia en los procesos debido a que los miembros de la organización tendrían bien definidas las actividades y responsabilidades de cada uno.
- Realizar las mediciones de los indicadores establecidos dentro de cada uno de los procesos operativos de acuerdo al periodo en la que le corresponden, ya que esto permitirá saber el cumplimiento de cada indicador con respecto a la meta establecida.
- Involucrar a todo el personal de los procesos operativos y realzar las capacitaciones correspondientes de manera constante la cual va a permitir que las actividades señaladas y diagramadas en cada proceso sean dirigidas y manejadas de manera correcta.
- Documentar cada cambio desarrollado y establecido dentro de la empresa y difundirlo de manera oficial a cada colaborador.
- Realizar mejoras continuas o actualizaciones de normas en la que conllevan el modelo de estandarización de procesos operativos.

## REFERENCIAS

- Alejandro Fariña. (2015). EL PROCESO DE VENTAS: LAS 6 ETAPAS Y CÓMO VENDEN LOS MEJORES. 25/06/2017, de L de Liderazgo Sitio web: <http://xn--alejandrofaria-2nb.com/las-6-etapas-del-proceso-de-ventas-como-venden-los-mejores/>
- Alzate. (2016). Cómo estandarizar y optimizar los procesos con ISO 9001. 25/04/2017, de Centro de Gestión Empresarial Ltda. Sitio web: <http://iso9001-calidad-total.com/como-estandarizar-los-procesos-bajo-la-norma-iso-9001/>
- APCER GROUP. (12/2016). GUÍA DEL USUARIO ISO 9001:2015. ISO 9001:2015, 1, 227.
- Asmat, L. & Perez, J. (2015). REDISEÑO DE PROCESOS DE RECEPCIÓN, ALMACENAMIENTO, PICKING Y DESPACHO DE PRODUCTOS PARA LA MEJORA EN LA GESTIÓN DE PEDIDOS DE LA EMPRESA DISTRIBUIDORA HERMER EN EL PERÚ. INGENIERO DE COMPUTACIÓN Y SISTEMAS. Universidad San Martín de Porres.
- Asociación Nacional de anunciantes. (2016). ISCO- índice de satisfacción del consumidor peruano. 05/05/2017, de Anda Perú Sitio web: <http://www.andaperu.pe/isco-indice-de-satisfaccion-del-consumidor-peruano-2016/>
- Asociación Nacional de anunciantes. (2016). ISCO- índice de satisfacción del consumidor peruano. 05/05/2017, de Anda Perú Sitio web: <http://www.andaperu.pe/isco-indice-de-satisfaccion-del-consumidor-peruano-2016/>
- Club - BPM. (3/11/2013). BPM. BPM Business Process Management – Gestión de Procesos de Negocio, II, 7.
- Farfán, C. (2017). LA GESTIÓN DEL SERVICIO COMO PROPUESTA DE MEJORA PARA LA SATISFACCIÓN DE CLIENTES CASO: MUSEO SAN FRANCISCO DE LIMA. Licenciado en Administración de Turismo. UNIVERSIDAD NACIONAL MAYOR DE SAN MARCOS.
- Ferenz Feher. (2017). Importancia de estandarizar operaciones en tu empresa. 05/05/2017, de Sales Up Sitio web: <https://www.salesup.com/crm-online/cc-importancia-de-estandarizar-operaciones-en-tu-empresa.shtml>
- GÓMEZ, F. (2013). ESTANDARIZACIÓN Y DOCUMENTACIÓN DE LOS PROCESOS OPERATIVOS DE LA EMPRESA MONTAIND LTDA. CON BASE EN LOS REQUISITOS DE LA NORMA ISO 9001:2008. UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE OCCIDENTE.
- Hemeryth, F. and Sánchez, J. (2013). IMPLEMENTACIÓN DE UN SISTEMA DE CONTROL INTERNO OPERATIVO EN LOS ALMACENES, PARA MEJORAR LA GESTIÓN DE INVENTARIOS DE LA CONSTRUCTORA A&A S.A.C. DE LA CIUDAD DE TRUJILLO - 2013. Contador Público y Licenciado en Administración. Universidad Privada Antenor Orrego.

- Huerta, S. (2016). DIAGNOSTICO DE LA GESTION DE LOS PROCESOS OPERATIVOS EN LA EMPRESA JAFNEZ, DE TRUJILLO 2016. Licenciado en Administración. Universidad Privada del Norte.
- ISO Tools. (20/01/2017). ISO 9001:2015 Sistema de Gestión de la Calidad. ISO 9001:2015 El Futuro de la Calidad, 1, 8.
- Johana Chuquino. (2015). Gestión de Almacenes. Definición, Procesos e Información que la soporta. 25/06/2017, de meetlogistics Sitio web: <https://meetlogistics.com/inventario-almacen/gestion-de-almacenes-definicion-procesos-e-informacion-que-la-soporta/>
- Juan Bravo. (2013). Gestión de procesos. Santiago de Chile, Chile: EDITORIAL EVOLUCIÓN S.A.
- Logística y Abastecimiento. (2013). MEDIOS Y GESTIÓN DEL TRANSPORTE. 02/07/2017, de Logística y Abastecimiento Sitio web: <https://logisticayabastecimiento.jimdo.com/distribuci%C3%B3n-y-transporte/>
- LRQA España. (2017). ISO 9001 Sistemas de Gestión de la Calidad. 15/05/2017, de LRQA España Sitio web: <http://www.lrqa.es/certificaciones/iso-9001-norma-calidad/>
- Lucas, P. (2014). Gestión de las Empresas por Procesos. Ingeniería de Organización Industrial. Escuela Técnica Superior d'Enginyeria Industrial de Barcelona.
- Polo, M. & Guzmán, G. (2013). "PROPUESTA DE MEJORA DE ESTANDARIZACIÓN EN EL PROCESO DE CALIDAD DE SERVICIO PARA EL INCREMENTO DE LA PRODUCTIVIDAD DE LA EMPRESA CORPORACIÓN COMERCIAL JERUSALEM S.A.C. Ingeniero Industrial. Universidad Privada del Norte.
- RÍOS, K. (2014). GESTIÓN DE PROCESOS Y RENTABILIDAD EN LAS EMPRESAS DE COURIEREN LIMA METROPOLITANA, 2012-2013. CONTADOR PÚBLICO. Universidad San Martín de Porras.
- Supply Chain. (2017). Mapa de procesos: Tipos, definición y desarrollo. 05/05/2017, de Retos en Supply Chain Sitio web: <http://retos-operaciones-logistica.eae.es/tipos-definicion-y-desarrollo-de-un-mapa-de-procesos/>
- Vásquez, F. (2013). PROPUESTA DE MEJORA EN LOS PROCESOS OPERATIVOS DE LAS SUCURSALES EN LA EMPRESA CENTRAL MADEIRENSE C.A. Técnico Superior Universitario en Organización Empresarial. UNIVERSIDAD SIMÓN BOLÍVAR.
- Zegarra M. (2016). Satisfacción del cliente y punto de equilibrio. 05/05/2017, de UPN Sitio web: <http://blogs.upn.edu.pe/negocios/2016/01/19/satisfaccion-del-cliente-y-punto-de-equilibrio/>

## ANEXOS

### Anexo 1: Modelo de Integración de Procesos REXEL S.A.C.

Figura 26: Modelo de Integración de Procesos de REXEL S.A.C.



Fuente: Elaboración propia

## Anexo 2: Encuesta de Satisfacción de Clientes

### ENCUESTA DE SATISFACCIÓN DE CLIENTES

---

**Estimado Cliente:**

---

#### **SATISFACCIÓN GENERAL**

---

**1. ¿En Comercializadora Eléctricos Rexel, se encuentra satisfecho con el servicio que brindamos?**

- ☐ Siempre
- ☐ Casi siempre
- ☐ A veces
- ☐ Casi nunca
- ☐ Nunca

**2. ¿Cuál es la eventualidad con la que realiza sus compras en Comercializadora Eléctricos Rexel?**

- ☐ Siempre
- ☐ Casi siempre
- ☐ A veces
- ☐ Casi nunca
- ☐ Nunca

---

#### **GESTIÓN COMERCIAL**

---

**3. ¿Se encuentra satisfecho con el servicio prestado por nuestros colaboradores?**

- ☐ Siempre
- ☐ Casi siempre
- ☐ A veces
- ☐ Casi nunca
- ☐ Nunca

**4. ¿Con nuestra rapidez del servicio de atención ofrecida, usted se encuentra satisfecho?**

- ☐ Siempre
- ☐ Casi siempre
- ☐ A veces
- ☐ Casi nunca
- ☐ Nunca



**5. ¿Se siente satisfecho con el proceso de facturación (tiempo y pedido de data) de pedidos?**

- ☐ Siempre  
☐ Casi siempre  
☐ A veces  
☐ Casi nunca  
☐ Nunca

---

**GESTIÓN TRANSPORTE**

---

**6. ¿Dentro de nuestra entrega de pedido se encuentra usted satisfecho?**

- ☐ Siempre  
☐ Casi siempre  
☐ A veces  
☐ Casi nunca  
☐ Nunca

**7. ¿Se encuentra satisfecho con el estado de los productos entregados?**

- ☐ Siempre  
☐ Casi siempre  
☐ A veces  
☐ Casi nunca  
☐ Nunca

---

**GESTIÓN ADMINISTRATIVA**

---

**8. ¿Se encuentra satisfecho con el uso de tecnología en la empresa?**

- ☐ Siempre  
☐ Casi siempre  
☐ A veces  
☐ Casi nunca  
☐ Nunca

**9. Según lo observado dentro de la empresa, que es lo que más resaltante que usted encuentra**

☐  
☐  
☐

**10. Que cree usted que podría mejora la empresa.**

☐  
☐  
☐

**Anexo 3: Ficha de Observaciones de REXEL S.A.C.**

**Formato de Ficha de observación para la empresa Comercializadora  
Electricos Rexel SAC**



**PROCESO: COMERCIALIZACIÓN**

CARACTERISTICA	CUMPLE	NO CUMPLE	OBSERVACIONES
----------------	--------	-----------	---------------

Amabilidad hacia el cliente

Correcta asesoría al cliente

Conocimiento de datos de  
venta

Correcto proceso para  
formular comprobante de pago

**PROCESO: RECEPCION DE MERCADERIA**

CARACTERISTICA	CUMPLE	NO CUMPLE	OBSERVACIONES
----------------	--------	-----------	---------------

Verificación de la mercadería

Comparación de GR con  
mercadería

Uso de herramientas de  
traslado de productos

Uso de herramientas de  
seguridad

Correcta organización en  
almacén

**PROCESO: TRANSPORTE**

CARACTERISTICAS	CUMPLE	NO CUMPLE	OBSERVACIONES
-----------------	--------	-----------	---------------

Furgón en correcto estado

Productos depositados de  
manera correcta

Revisión de productos antes  
de transportar

Control de tiempos

**PROCESO: DESPACHO INMEDIATO DE PRODUCTOS**

CARACTERISTICAS	CUMPLE	NO CUMPLE	OBSERVACIONES
-----------------	--------	-----------	---------------

Revisión de Comprobante de  
Pago

Revisión de Mercadería con  
cliente

Sella comprobante de pago

Control de tiempos

**PROCESO: DESPACHO DE PRODUCTOS POR ENTREGAR**

ASPECTOS	CUMPLE	NO CUMPLE	OBSERVACIONES
----------	--------	-----------	---------------

Revisión de pedidos por  
entregar

Informa inconformidades a  
clientes antes de la entrega

Revisión de mercadería de  
productos a entregar

Comparación de GR con  
productos entregados a  
transportista.

---


Evaluación de observaciones  
de cliente.

---

Fuente: Elaboración propia

## Anexo 4: CHECK LIST REXEL S.A.C.

Tabla 72: Chuck List REXEL S.A.C.

	Check List de REXEL en ISO 9001:2015		Versión 01
	COGIDO: CHLIST-REX-01		Emision:
	Elaborado: Diego Ynfantes Haro	Revisado:	Página 1

ITEM	PUNTOS ISO 9001:2015	REQUERIMIENTO / PREGUNTAS	Pendiente	Proceso	Parcial	Proceso Operativo / Área	Justificación
<b>4. - CONTEXTO DE LA ORGANIZACIÓN</b>							
<b>4.1. - COMPRENSION DE LA ORGANIZACIÓN Y SU CONTEXTO</b>							
1		Se determinan las cuestiones externas e internas que son pertinentes para el propósito y dirección estratégica de la organización.		X		Gerencia	
2		Se realiza el seguimiento y la revisión de la información sobre estas cuestiones externas e internas.	X			Gerencia	
<b>4.2. - COMPRENSIÓN DE LAS NECESIDADES Y EXPECTATIVAS DE LAS PARTES INTERESADAS</b>							
3		Se ha determinado las partes interesadas y los requisitos de estas partes interesadas para el sistema de gestión de Calidad.		X		Proceso de Ventas	Mediante la segmentación de los clientes (finales, comerciales e industriales) se tiene los requerimientos de estos mismos.
4		Se realiza el seguimiento y la revisión de la información sobre estas partes interesadas y sus requisitos.		X		Proceso recepción de productos, Ventas,	Permite hacer la evaluación de los procesos de acuerdo a los criterios de los clientes por segmentos, esto se encarga de

					despacho, transporte	realizar la jefatura de cada área.
<b>4.3. - DETERMINACION DEL ALCANCE DEL SISTEMA DE GESTION DE CALIDAD</b>						
<b>Primer Párrafo</b> <b>Se tiene determinado el alcance según:</b> <b>Procesos operativos, productos y servicios, instalaciones físicas, ubicación geográfica.</b> <b>Debe estar documentado y disponible.</b>						
5	El alcance del SGC, se ha determinado según: Procesos operativos (recepción de productos, comercialización, despacho y transporte), productos y servicios.		X		Gerencia	
6	El alcance del SGC se ha determinado teniendo en cuenta los problemas externos e internos, las partes interesadas y sus productos y servicios		X		Gerencia	
7	Se tiene disponible y documentado el alcance del Sistema de Gestión.		X		Proceso recepción de productos, Ventas, despacho, transporte	Cada área debe tener su proceso establecido y tener en claro el objetivo y meta a obtener dentro de cada proceso
<b>4.4. - SISTEMA DE GESTION DE LA CALIDAD Y SUS PROCESOS</b>						
8	Se tienen identificados los procesos necesarios para el sistema de gestión de la organización		X		Gerencia	Se realiza la identificación de procedimiento por procesos siendo el mapa de procesos la guía principal, así como estructura jerárquica de puestos.

9	Se tienen establecidos los criterios para la gestión de los procesos teniendo en cuenta las responsabilidades, procedimientos, medidas de control e indicadores de desempeño necesarios que permitan la efectiva operación y control de los mismos.		X		Proceso recepción de productos, Ventas, despacho, transporte	Se realiza el mapa de proceso y el diagrama de flujo de los procesos teniendo en cuenta secuencia ordena de las actividades dentro de los procesos operativos
10	Existen objetivos para asegurar la eficacia y mejora de los procesos		X		Proceso recepción de productos, Ventas, despacho, transporte	Se establecen los controles de los proceso en que se tienen las metas que se quieren alcanzar por cada proceso operativo
11	Se ha analizado cuál es la información del sistema de gestión de la calidad que es necesario documentar	X			Gerencia	
<b>5. - LIDERAZGO</b>						
<b>5.1. - LIDERAZGO Y COMPROMISO GERENCIAL</b>						
1	Se demuestra responsabilidad por parte de la alta dirección para la eficacia del SGC.		X		Gerencia	
<b>5.1.2. - ENFOQUE AL CLIENTE</b>						
2	La gerencia garantiza que los requisitos de los clientes de determinan y se cumplen.		X		Gerencia	
3	¿La dirección revisa el cumplimiento de los objetivos para el desarrollo de la dirección estratégica en función de las necesidades detectadas?	X			Gerencia	Se revisar por cierto periodo establecido el cumplimiento de las metas dentro del control de los procesos operativos
<b>5.2. - POLITICA</b>						
<b>5.2.1. - ESTABLECIMIENTO DE LA POLITICA</b>						

4	La política de calidad con la que cuenta actualmente la organización está acorde con los propósitos establecidos.		X			
<b>5.2.2. - COMUNICACIÓN DE LA POLITICA DE CALIDAD</b>						
5	Se tiene disponible a las partes interesadas, se ha comunicado dentro de la organización.				X	
<b>5.3. - ROLES, RESPONSABILIDADES Y AUTORIDADES EN LA ORGANIZACIÓN</b>						
6	Se han establecido y comunicado las responsabilidades y autoridades para los roles pertinentes en toda la organización.		X			Proceso recepción de productos, Ventas, despacho, transporte Se necesita tener informador a todos los colaboradores de la organización las funciones y responsabilidades de cada uno de acuerdo a su roles.
7	El equipo directivo ha establecido cómo conocer las necesidades de los clientes	X				Gerencia
<b>6. - PLANIFICACIÓN</b>						
<b>6.1. - ACCIONES PARA ABORDAR RIESGOS Y OPORTUNIDADES</b>						
1	¿El sistema de gestión implantado incluye el análisis de riesgos y oportunidades por la actividad de la organización?	X				Proceso recepción de productos, Ventas, despacho, transporte
2	La organización ha previsto las acciones necesarias para abordar estos riesgos y oportunidades y los ha integrado en los procesos del sistema.	X				Proceso recepción de productos, Ventas, despacho, transporte Se necesita tener un plan riesgos en la que se considere los riesgos y se mitiguen con las oportunidades.
<b>6.2. - OBJETIVOS DE LA CALIDAD Y PLANIFICACION PARA LOGRARLOS</b>						



3	Se han definido y documentado los objetivos de calidad	X			Proceso recepción de productos, Ventas, despacho, transporte	Se necesita estar evaluando las fichas de medición que se tienen dentro de los controles de los procesos operativos
4	Se ha definido un plan de mejora enfocado al cumplimiento de objetivos	X			Proceso recepción de productos, Ventas, despacho, transporte	Plan de Mejora
<b>6.3. - PLANIFICACION DE LOS CAMBIOS</b>						
5	Existe un proceso definido para determinar la necesidad de cambios en el SGC y la gestión de su implementación	X			Proceso recepción de productos, Ventas, despacho, transporte	Plan de cambios periódico (incluidas consecuencias). Reasignaciones de roles, responsabilidades y autoridades (RPT)
<b>7. - APOYO</b>						
<b>7.1. - RECURSOS</b>						
<b>7.1.1. - GENERALIDADES</b>						
1	La organización ha determinado y proporcionado los recursos necesarios para el establecimiento, implementación, mantenimiento y mejora continua del SGC (incluidos los requisitos de las personas, medioambientales y de infraestructura)			X		Gerencia
<b>7.1.5. - RECURSOS DE SEGUIMIENTO Y MEDICION</b>						
<b>7.1.5.1. - GENERALIDADES</b>						

2	En caso de que el monitoreo o medición se utilice para pruebas de conformidad de productos y servicios a los requisitos especificados, ¿se han determinado los recursos necesarios para garantizar un seguimiento válido y fiable, así como la medición de los resultados		X		Proceso recepción de productos, Ventas, despacho, transporte	Se tiene el cronograma de mantenimiento preventivo de equipo y a su vez los de mantenimiento correctos y también se tiene la verificación de recursos para evaluación de procesos
<b>7.1.5.2. - TRAZABILIDAD DE MEDICIONES</b>						
3	Dispone de métodos eficaces para garantizar la trazabilidad durante el proceso operacional.	X				
<b>7.1.6. - CONOCIMIENTOS DE LA ORGANIZACIÓN</b>						
4	¿Existe un plan de formación del personal, adaptado a las necesidades actuales y futuras de los procesos, productos y servicios de la organización?		X		Gerencia	Relación de puestos de trabajo. Descripciones y perfiles de puestos. Sistema de identificación y seguimiento de las competencias del personal.
<b>7.2. - COMPETENCIA</b>						
5	La organización se ha asegurado de que las personas que puedan afectar al rendimiento del SGC son competentes en cuestión de una adecuada educación, formación y experiencia, ha adoptado las medidas necesarias para asegurar que puedan adquirir la competencia necesaria			X	Proceso recepción de productos, Ventas, despacho, transporte	Se tiene el perfil para cada puesto de los colaboradores, asegurando que dicho perfil se cumplan se realizan pruebas periódicas se tiene un sistema de seguimiento.
<b>7.4. - COMUNICACIÓN</b>						
6	Se tiene definido un procedimiento para las comunicaciones internas y externas del SIG dentro de la organización.	X			Gerencia	
<b>7.5. - INFORMACION DOCUMENTADA</b>						
<b>7.5.1. - GENERALIDADES</b>						

7	Se ha establecido la información documentada requerida por la norma y necesaria para la implementación y funcionamiento eficaces del SGC.		X		Gerencia	
<b>7.5.2. - CREACIÓN Y ACTUALIZACIÓN</b>						
8	Existe una metodología documentada adecuada para la revisión y actualización de documentos.		X		Gerencia	
<b>7.5.3. - CONTROL DE LA INFORMACIÓN DOCUMENTADA</b>						
9	Se tiene un procedimiento para el control de la información documentada requerida por el SGC.		X		Gerencia	Datos e información relevantes del entorno (mercado, tecnología o normativa aplicable).
<b>8. - OPERACIÓN</b>						
<b>8.1. - PLANIFICACIÓN Y CONTROL OPERACIONAL</b>						
1	Se planifican, implementan y controlan los procesos necesarios para cumplir los requisitos para la provisión de servicios.		X		Gerencia	
2	Se asegura que los procesos contratados externamente estén controlados.			X	Gerencia, Proceso recepción de productos	Se realiza la verificación de los documentos por parte de la empresa de transporte que trae el producto hacia el almacén
<b>8.2. - REQUISITOS PARA LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS</b>						
<b>8.2.1. - COMUNICACIÓN CON EL CLIENTE</b>						
3	La comunicación con los clientes incluye información relativa a los productos y servicios.		X		Proceso recepción de productos, Ventas, despacho, transporte	Los encargados de cada área son los responsables de hacer llegar información relativa a los productos que adquieren los clientes así como del servicio

4	Se obtiene la retroalimentación de los clientes relativa a los productos y servicios, incluyendo las quejas.		X		Proceso recepción de productos, Ventas, despacho, transporte	Los encargados de cada área se encargan de realizar encuestas para ver el nivel de satisfacción de los clientes y mejorar debilidades presentadas
<b>8.2.2. - DETERMINACIÓN DE LOS REQUISITOS PARA LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS</b>						
5	Se determinan los requisitos legales y reglamentarios para los productos y servicios que se ofrecen y aquellos considerados necesarios para la organización.		X		Gerencia	
<b>8.2.3. - REVISION DE LOS REQUISITOS PARA LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS</b>						
6	La organización se asegura que tiene la capacidad de cumplir los requisitos de los productos y servicios ofrecidos.			X	Gerencia, Proceso recepción de productos	La gerencia se encarga de verificar que se cumplan con todos los KPIs con los valores establecidos y el encargado de almacén se encarga de verificar que los productos cumplan con los requisitos y estándares.
7	Se conserva la información documentada, sobre cualquier requisito nuevo para los servicios.		X		Gerencia	
<b>8.2.4. - CAMBIOS EN LOS REQUISITOS PARA LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS</b>						
8	Se comunican los cambios que afectan a productos y servicios al personal correspondiente		X		Gerencia	
<b>8.3. - DISEÑO Y DESARROLLO DE LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS</b>						
<b>8.3.1. - GENERALIDADES</b>						
9	La organización cuenta con un proceso definido de diseño y desarrollo		X		Gerencia	Mapeo de procesos, organigrama y perfiles de puestos en base a los procesos.
<b>8.3.2. - PLANIFICACIÓN DEL DISEÑO Y DESARROLLO</b>						

10	El proceso de diseño y desarrollo incluye su planificación, verificación y validación		X		Gerencia	
<b>8.3.3. - ENTRADAS PARA EL DISEÑO Y DESARROLLO</b>						
11	Se conserva información documentada sobre las entradas del diseño y desarrollo.		X		Gerencia	
<b>8.4 CONTROL DE LOS PROCESOS, PRODUCTOS Y SERVICIOS SUMINISTRADOS EXTERNAMENTE</b>						
<b>8.4.1. - GENERALIDADES</b>						
12	La organización asegura que los procesos, productos y servicios suministrados externamente son conforme a los requisitos.			X	Gerencia, Proceso recepción de productos	Gerencia evalúa datos históricos de los proveedores para poder suministrar productos y encargado de almacén verifica que los productos sean los acordados en la orden de compra
13	Se determina los controles a aplicar a los procesos, productos y servicios suministrados externamente.		X		Gerencia	
14	Se determina y aplica criterios para la evaluación, selección, seguimiento del desempeño y la reevaluación de los proveedores externos.		X		Gerencia	
15	Se conserva información documentada de estas actividades		X		Gerencia	
<b>8.4.2. - TIPO Y ALCANCE DEL CONTROL</b>						
16	La organización se asegura que los procesos, productos y servicios suministrados externamente no afectan de manera adversa a la capacidad de la organización de entregar productos y servicios, conformes de manera coherente a sus clientes.		X		Gerencia, Proceso recepción de productos	Almaceneros revisan que la mercadería proveída este en correcto estado así como la gerencia se encarga de evaluar y supervisar los servicios contratados
17	Se definen los controles a aplicar a un proveedor externo y las salidas resultantes.		X		Gerencia	

18	Se asegura que los procesos suministrados externamente permanecen dentro del control de su sistema de gestión de la calidad.		X		Gerencia	
19	Se determina la verificación o actividades necesarias para asegurar que los procesos, productos y servicios cumplen con los requisitos.		X		Gerencia	
<b>8.4.3. - INFORMACION PARA LOS PROVEEDORES EXTERNOS</b>						
20	La organización comunica a los proveedores externos sus requisitos para los procesos, productos y servicios.		X		Gerencia, Proceso recepción de productos	Se establecen dichos requisitos en los contratos y órdenes de compra ya sea por productos o servicios
21	Se comunica las interacciones del proveedor externo con la organización.		X			
22	Se comunica el control y seguimiento del desempeño del proveedor externo aplicado por la organización.		X		Gerencia	
<b>8.5. - PRODUCCION Y PROVISION DEL SERVICIO</b>						
<b>8.5.1. - CONTROL DE LA PRODUCCION Y DE LA PROVISION DEL SERVICIO</b>						
23	Se controla la disponibilidad y el uso de recursos de seguimiento y medición adecuados		X		Gerencia	
24	Se controla el uso de la infraestructura y el entorno adecuado para la operación de los procesos.		X		Proceso recepción de productos, Ventas, despacho, transporte	cada encargado de área es responsable de hacer el uso adecuado de la infraestructura de sus procesos permitiendo la eficiencia
25	Se controla la designación de personas competentes.		X		Gerencia	

26	Se controla la implementación de actividades de liberación, entrega y posteriores a la entrega.		X		Proceso recepción de productos, Ventas, despacho, transporte	Se realiza el control de salida de los productos (inventarios) y a su vez el servicio de post venta
<b>8.5.2. - IDENTIFICACIÓN Y TRAZABILIDAD</b>						
27	Identifica el estado de las salidas con respecto a los requisitos.		X		Gerencia	
28	Se conserva información documentada para permitir la trazabilidad.		X		Gerencia	
<b>8.5.3. - PROPIEDAD PERTENECIENTE A LOS CLIENTES O PROVEEDORES EXTERNOS</b>						
29	La organización cuida la propiedad de los clientes o proveedores externos mientras esta bajo el control de la organización o siendo utilizada por la misma.		X		Proceso de Despacho de productos, proceso de transporte	Tanto el encargado de almacén como el de transporte se encarga de verificar el correcto estado de los productos de los clientes hasta la llegada de destino
30	Se informa al cliente o proveedor externo, cuando su propiedad se pierda, deteriora o de algún otro modo se considere inadecuada para el uso y se conserva la información documentada sobre lo ocurrido.		X		Proceso de Despacho de productos, proceso de transporte	Mediante el documento de observaciones ya sea del proceso de despacho o de transporte
<b>8.5.4. - PRESERVACIÓN</b>						
31	La organización asegura la conformidad de productos y servicios durante su adquisición y comercialización, según los requisitos		X		Proceso recepción de productos, Ventas, despacho, transporte	Cada producto al ser verificado de manera adecuada durante la recepción de productos y despacho de productos cumplen con la conformidad pactada al momento de realizar la venta al cliente
<b>8.5.5. - ACTIVIDADES POSTERIORES A LA ENTREGA</b>						

32	Se cumplen los requisitos para las actividades posteriores a la entrega asociadas con los productos y servicios.		X		Gerencia	
33	Considera los requisitos del cliente.		X		Proceso de Ventas	El colaborador de ventas ser encarga de proveer en el pedido los productos de acuerdo al requerimiento del cliente
34	Considera la retroalimentación del cliente.			X	Proceso recepción de productos, Ventas, despacho, transporte	Implementación del servicio post venta
<b>8.5.6.- CONTROL DE CAMBIOS</b>						
35	Se conserva información documentada que describa la revisión de los cambios, las personas que autorizan o cualquier acción que surja de la revisión.	X			Gerencia	
<b>8.6 LIBERACION DE LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS</b>						
36	La organización implementa las disposiciones planificadas para verificar que se cumplen los requisitos de los productos y servicios.		X		Gerencia, proceso recepción de productos, Ventas, despacho, transporte	Evidencia de la conformidad de los requisitos solicitados a los proveedores y requisitos solicitados por el cliente.
<b>8.7 CONTROL DE LAS SALIDAS NO CONFORMES</b>						
37	La organización toma las acciones adecuadas de acuerdo a la naturaleza de la no conformidad y su efecto sobre la conformidad de los productos y servicios.		X		Gerencia	



28	La organización conserva información documentada que describa la no conformidad, las acciones tomadas, las concesiones obtenidas e identifique la autoridad que decide la acción con respecto a la no conformidad.			X	Proceso recepción de productos, Ventas, despacho, transporte	Lista de incidencias encontradas en el desempeño de las actividad de la empresa.
<b>9. - EVALUACIÓN DEL DESEMPEÑO</b>						
<b>9.1. - SEGUIMIENTO, MEDICIÓN, ANALISIS Y EVALUACIÓN</b>						
<b>9.1.1. - GENERALIDADES</b>						
1	La organización determina que necesita seguimiento y medición.		X		Gerencia	
2	Determina los métodos de seguimiento, medición, análisis y evaluación para asegurar resultados válidos.		X		Gerencia, proceso recepción de productos, Ventas, despacho, transporte	Los encargado de cada proceso proporcionan información de la evaluación de los controles de los procesos operativos de la empresa
3	Determina cuando se lleva a cabo el seguimiento y la medición.		X			
4	Determina cuando analizar y evaluar los resultados del seguimiento y medición.		X			
5	Evalúa el desempeño y la eficacia del SGC.		X		Gerencia	
6	Conserva información documentada como evidencia de los resultados.		X		Gerencia	
<b>9.1.2.- SATISFACCION DEL CLIENTE</b>						
7	La organización realiza seguimiento de las percepciones de los clientes del grado en que se cumplen sus necesidades y expectativas.		X		Proceso recepción de productos, Ventas, despacho, transporte	Pueden utilizarse encuestas, análisis de cuota de mercado, recomendaciones o informes de distribuidores.

8	Determina los métodos para obtener, realizar el seguimiento y revisar la información.		X		Gerencia, proceso recepción de productos, Ventas, despacho, transporte	
<b>9.1.3. - ANALISIS Y EVALUACIÓN</b>						
9	La organización analiza y evalúa los datos y la información que surgen del seguimiento y la medición.		x		Gerencia	
<b>9.2. - AUDITORIA INTERNA</b>						Gerencia
10	La organización lleva a cabo auditorías internas a intervalos planificados.	X			Gerencia	
11	Las auditorías proporcionan información sobre el SGC conforme con los requisitos propios de la organización y los requisitos de la NTC ISO 9001:2015.	X			Gerencia	
12	La organización planifica, establece, implementa y mantiene uno o varios programas de auditoría.	X			Gerencia	
14	Selecciona los auditores y lleva a cabo auditorías para asegurar la objetividad y la imparcialidad del proceso.	X			Gerencia	
15	Asegura que los resultados de las auditorías se informan a la dirección.	X			Gerencia	
16	Realiza las correcciones y toma las acciones correctivas adecuadas.	X			Gerencia	
17	Conserva información documentada como evidencia de la implementación del programa de auditoría y los resultados.	X			Gerencia	
<b>9.3. - REVISION POR LA DIRECCION</b>						
<b>9.3.1. - GENERALIDADES</b>						

18	La alta dirección revisa el SGC a intervalos planificados, para asegurar su conveniencia, adecuación, eficacia y alineación continua con la estrategia de la organización.		X		Dirección de Empresa
9.3.2. - ENTRADAS DE LA REVISION POR LA DIRECCION					
19	La alta dirección planifica y lleva a cabo la revisión incluyendo consideraciones sobre el estado de las acciones de las revisiones previas.		X		Dirección de Empresa
20	Considera la información sobre el desempeño y la eficiencia del SGC.		X		
21	Considera los resultados de las auditorías.	X			
22	Considera el desempeño de los proveedores externos.		X		
23	Considera la adecuación de los recursos.		X		
24	Se considera las oportunidades de mejora.		X		
9.3.3. - SALIDAS PARA LA REVISION POR LA DIRECCION					
25	Las salidas de la revisión incluyen decisiones y acciones relacionadas con oportunidades de mejora.		X		
26	Incluyen cualquier necesidad de cambio en el SGC.		X		
27	Se conserva información documentada como evidencia de los resultados de las revisiones.		X		
10. - MEJORA					
10.1. - GENERALIDADES					
1	La organización ha determinado y seleccionado las oportunidades de mejora e implementado las acciones necesarias para cumplir con los requisitos del cliente y mejorar su satisfacción.		X		Gerencia
10.2. - NO CONFORMIDAD Y ACCION CORRECTIVA					

2	La organización reacciona ante la no conformidad, toma acciones para controlarla y corregirla.		X		Gerencia
5	Revisa la eficacia de cualquier acción correctiva tomada.		X		
7	Hace cambios al SGC si fuera necesario.	X			
9	Se conserva información documentada como evidencia de la naturaleza de las no conformidades, cualquier acción tomada y los resultados de la acción correctiva.		X		
<b>10.3. - MEJORA CONTINUA</b>					
10	La organización mejora continuamente la conveniencia, adecuación y eficacia del SGC.	X			Gerencia
11	Considera los resultados del análisis y evaluación, las salidas de la revisión por la dirección, para determinar si hay necesidades u oportunidades de mejora.	X			

**Anexo 5: Tabulación de Encuesta realizada a clientes**

*Figura 27: Tabulación de Encuesta realizada a clientes*

Encuesta								
1= Siempre 2= Casi Siempre 3= A veces 4= Casi Nunca 5= Nunca								
ITEM	ITEM							TOTAL
	1	2	3	4	5	6	7	
1	1	2	1	2	2	3	1	13
2	2	3	2	2	2	2	1	16
3	3	3	3	2	2	3	1	19
4	1	1	1	1	1	1	1	8
5	3	3	3	3	3	2	3	23
6	2	2	2	2	2	2	1	15
7	2	2	2	2	2	2	1	15
8	2	2	2	2	2	2	1	15
9	3	3	3	3	4	4	2	25
10	3	3	3	3	3	3	1	22
11	2	2	2	2	2	2	1	15
12	1	2	1	2	2	2	1	13
13	1	1	1	1	1	1	1	8
14	3	3	3	3	2	4	1	22
15	3	3	3	3	3	2	4	24
16	3	3	3	3	3	2	4	24
17	3	4	3	3	3	4	1	24
18	2	3	2	3	2	3	1	18
19	2	2	2	2	2	2	1	14
20	3	2	2	2	2	2	1	16
21	4	3	3	4	3	4	1	25
22	1	1	1	2	1	1	1	10
23	3	3	3	3	4	5	2	26
24	3	3	3	3	3	3	1	22
25	4	4	4	4	4	4	1	29
26	1	1	2	2	2	2	2	14
27	4	3	3	3	3	3	1	23
28	1	1	1	1	1	1	1	9
29	3	3	3	3	2	3	1	21
30	2	2	2	2	2	2	1	14
31	3	3	3	3	4	4	1	25
32	3	2	2	2	2	3	1	17
33	4	4	4	4	4	4	1	29
34	3	3	3	3	3	2	3	23
35	2	3	2	2	2	2	1	16
36	1	1	1	1	1	1	1	9
37	3	3	3	3	3	3	1	22
38	3	3	3	3	3	4	1	23
39	2	2	2	2	2	2	1	14
40	3	3	3	3	3	3	1	22
41	4	4	4	4	5	4	3	32
42	1	1	1	1	1	1	1	9
43	4	4	4	4	4	3	4	31
44	2	2	2	2	2	2	1	15
45	2	2	2	2	2	2	1	15
46	2	2	2	2	2	2	1	15
47	4	4	4	4	4	5	1	31
48	3	2	2	2	1	3	1	16
49	3	3	3	3	3	3	3	24
50	4	4	4	4	4	4	1	30
51	2	2	2	2	2	2	2	16
52	3	3	3	3	3	4	1	23
53	4	4	4	4	3	4	1	28
54	3	3	2	2	2	2	1	17
55	4	5	5	5	2	4	1	31
56	3	3	3	3	3	3	3	24
57	4	4	4	4	3	4	1	29
58	3	3	3	3	4	3	3	26
59	3	3	2	2	1	3	1	18
60	3	3	3	3	3	4	1	23
61	3	4	3	3	4	5	4	30
62	3	2	3	2	1	2	2	17
63	5	5	5	5	5	4	1	35
64	4	4	4	4	3	4	4	31
65	3	4	3	3	3	4	1	24
66	4	4	4	4	4	4	1	29
67	3	3	3	3	2	3	1	22
68	1	1	1	1	1	1	1	8
69	5	4	4	4	5	5	5	37
70	3	3	3	3	3	3	3	24
71	1	1	1	1	1	1	1	8
72	4	4	4	5	4	4	3	32
73	3	3	3	4	3	4	1	26
74	3	3	3	3	2	3	1	21
75	3	3	3	3	4	4	1	26
76	3	3	3	3	2	3	1	21
77	5	5	5	5	3	4	4	36
78	4	4	4	4	5	5	1	31
79	2	2	2	2	2	2	2	16
80	3	3	3	3	3	3	1	22
81	4	4	4	4	3	4	1	28
82	1	1	1	1	1	1	1	9
83	4	4	4	4	4	5	1	30
84	3	3	3	2	2	2	1	18
85	5	5	5	5	5	5	1	36
86	5	4	5	5	4	5	2	34
87	3	3	2	3	2	3	1	20
1.1 1.1 1.1 1.1 1.2 1.3 0.8 1.3								

Fuente: Elaboración Propia

## Anexo 6: Balance General del 2017

Figura 28: Balance General 2017 de REXEL S.A.C.

2017			2017		
ACTIVO			PASIVO Y PATRIMONIO		
<b>ACTIVO CORRIENTE</b>			<b>PASIVO CORRIENTE</b>		
Caja y Bancos	S/.	4,689.00	Sobregiros y Pagarés Bancarios	S/.	-
Valores Negociables	S/.	15,473.57	Cuentas por Pagar Comerciales	S/.	1,856.00
Cuentas por Cobrar Comerciales	S/.	12,664.69	Cuentas por Pagar a Vinculadas	S/.	-
Cuentas por Cobrar a Vinculadas	S/.	-	Otras Cuentas por Pagar	S/.	-
Otras Cuentas por Cobrar	S/.	-	Parte Corriente de las Deudas a Largo Plazo	S/.	-
Existencias	S/.	-	<b>TOTAL PASIVO CORRIENTE</b>	<b>S/.</b>	<b>1,856.00</b>
Gastos Pagados por Anticipado	S/.	-			
<b>TOTAL ACTIVO CORRIENTE</b>	<b>S/.</b>	<b>32,827.26</b>			
<b>ACTIVO NO CORRIENTE</b>			<b>PASIVO NO CORRIENTE</b>		
Cuentas por Cobrar a Largo Plazo	S/.	-	Deudas a Largo Plazo	S/.	15,000.00
Cuentas por Cobrar a Vinculadas a Largo Plazo	S/.	-	Cuentas por Pagar a Vinculadas	S/.	-
Otras Cuentas por Cobrar a Largo Plazo	S/.	-	Ingresos Diferidos	S/.	-
Inversiones Permanentes	S/.	-	<b>TOTAL PASIVO NO CORRIENTE</b>	<b>S/.</b>	<b>15,000.00</b>
Inmuebles, Maquinaria y Equipo (neto de depreciación acumulada)	S/.	136,584.23			
Activos Intangibles (neto de amortización acumulada)	S/.	-			
Impuesto a la Renta y Participaciones Diferidos Activo	S/.	-	<b>PATRIMONIO NETO</b>		
Otros Activos	S/.	-	Capital	S/.	119,349.14
<b>TOTAL ACTIVO NO CORRIENTE</b>	<b>S/.</b>	<b>136,584.23</b>	Utilidad del Ejercicio	S/.	32,606.36
			<b>TOTAL PATRIMONIO NETO</b>	<b>S/.</b>	<b>152,555.49</b>
<b>TOTAL ACTIVO</b>	<b>S/.</b>	<b>169,411.49</b>	<b>TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO NETO</b>	<b>S/.</b>	<b>169,411.49</b>

Fuente: Área contable de la empresa – Análisis de la Empresa

**Anexo 7: Registro de depreciación de bienes Comercializadora Eléctricos REXEL S.A.C.**

*Figura 29: Registro de Depreciación de Bienes de REXEL S.A.C.*

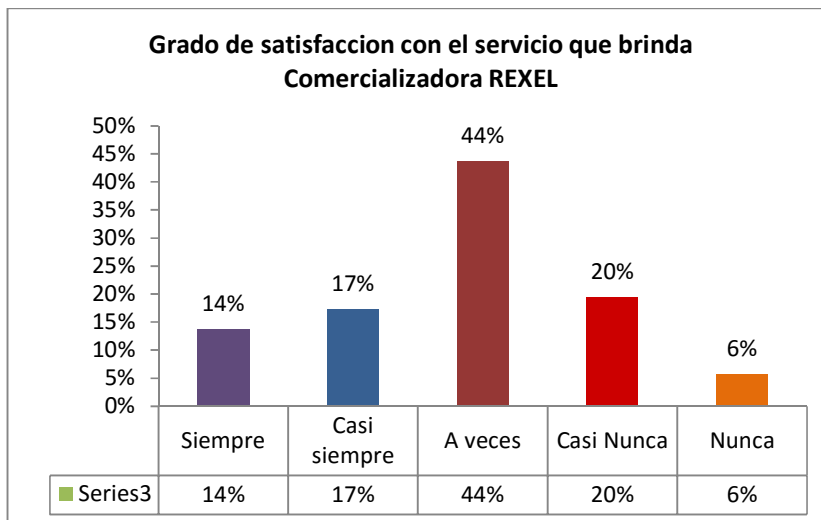
REPORTE DE DEPRECIACION																		
Nº	AÑO	FURGON 8 TON.				MONTACARGA				ORDENADORES				CARRETILO				TOTAL
		MONTO	%	DEPRECIACION		MONTO	%	DEPRECIACION		MONTO	%	DEPRECIACION		MONTO	%	DEPRECIACION	DEPRECIACION	
0	2017	S/. 60,530.00	0.18	S/. 11,005.45	S/. 78,053.00	0.06	S/. 4,878.31	S/. 19,800.00	0.33	S/. 6,600.00	S/. 800.00	0.67	S/. 115.00	S/. 22,598.77				
1	2018	S/. 60,530.00	0.16	S/. 9,904.91	S/. 78,053.00	0.05	S/. 4,181.41	S/. 19,800.00	0.27	S/. 5,280.00	S/. 800.00	0.33	S/. 92.00	S/. 19,458.32				
2	2019	S/. 60,530.00	0.15	S/. 8,804.36	S/. 78,053.00	0.04	S/. 3,484.51	S/. 19,800.00	0.20	S/. 3,960.00	-	-	-	S/. 16,248.87				
3	2020	S/. 60,530.00	0.13	S/. 7,703.82	S/. 78,053.00	0.04	S/. 2,787.61	S/. 19,800.00	0.13	S/. 2,640.00	-	-	-	S/. 13,131.43				
4	2021	S/. 60,530.00	0.11	S/. 6,603.27	S/. 78,053.00	0.03	S/. 2,090.71	S/. 19,800.00	0.07	S/. 1,320.00	-	-	-	S/. 10,013.98				
5	2022	S/. 60,530.00	0.09	S/. 5,502.73	S/. 78,053.00	0.02	S/. 1,393.80	S/. 19,800.00	-	-	-	-	-	S/. 6,896.53				
6	2023	S/. 60,530.00	0.07	S/. 4,402.18	S/. 78,053.00	0.01	S/. 696.90	S/. 19,800.00	-	-	-	-	-	S/. 5,099.08				
7	2024	S/. 60,530.00	0.05	S/. 3,301.64	-	-	-	-	-	-	-	-	-	S/. 3,301.64				
8	2025	S/. 60,530.00	0.04	S/. 2,201.09	-	-	-	-	-	-	-	-	-	S/. 2,201.09				
9	2026	S/. 60,530.00	0.02	S/. 1,100.55	-	-	-	-	-	-	-	-	-	S/. 1,100.55				

ESTALDE DE MAQUINA Y EQUIPO		DATOS DE DEPRECIACION	
CONCEPTO	PRECIO	CONCEPTO	AÑOS
FURGON 8 Ton.	S/. 60,530.00	Vida Util Carros	10
Montacarga	S/. 78,053.00	Vida util Montaca	7
Ordenador (11)	S/. 19,800.00	Vida util Ordenac	5
Carretilla (4)	S/. 800.00	Vida Util Carretil	2
TOTAL	S/.159,183.00		

Fuente: Área contable de la empresa – Análisis de la Empresa

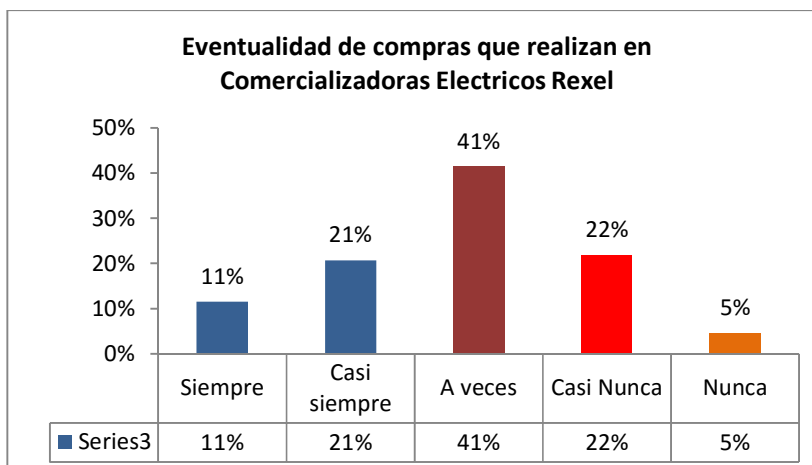
## Anexo 8: Resultado de la Encuesta realizada a los clientes

*Figura 30: Nivel de Satisfacción de los clientes con el servicio*



Fuente: Elaboración Propia

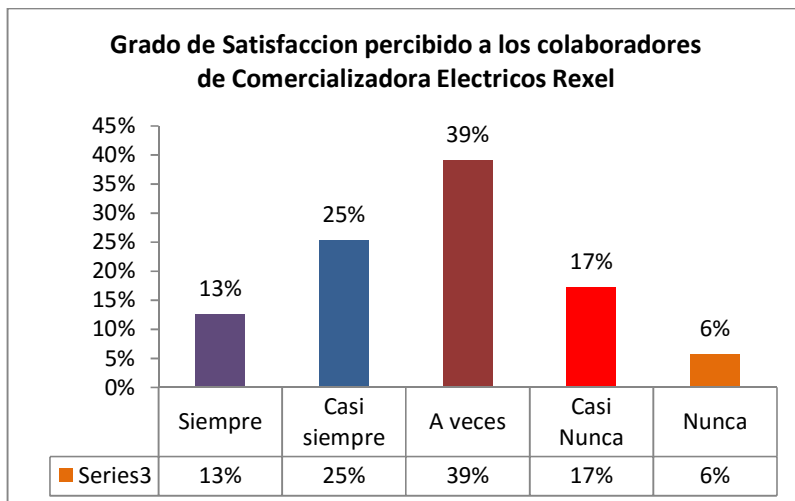
*Figura 31: Eventualidad de compras de los clientes en REXEL*



Fuente: Elaboración Propia

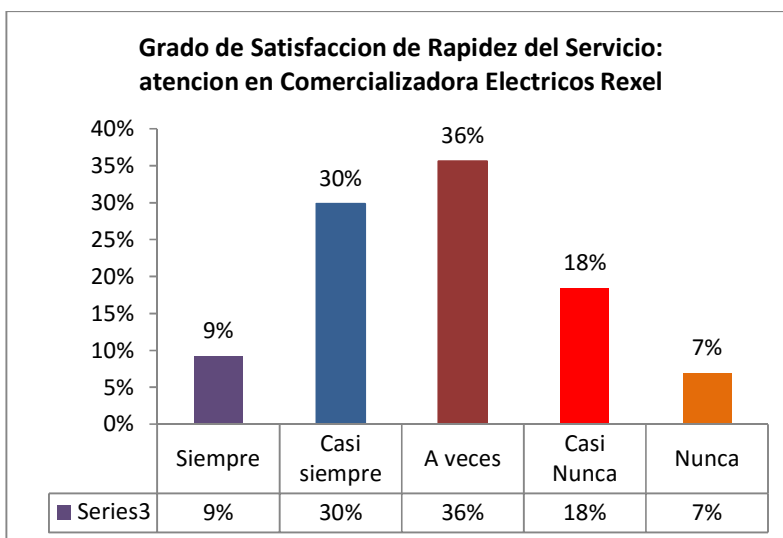


*Figura 32: Nivel de Satisfacción percibido de los colaboradores*



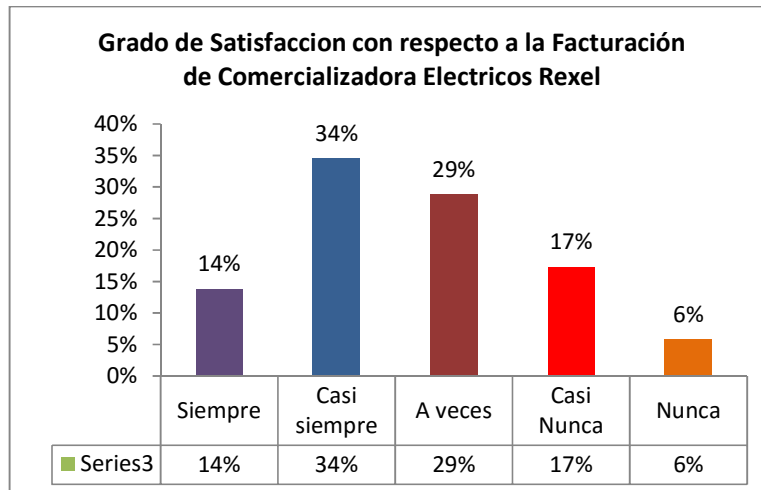
Fuente: Elaboración Propia

*Figura 33: Grado de satisfacción de la rapidez del servicio*



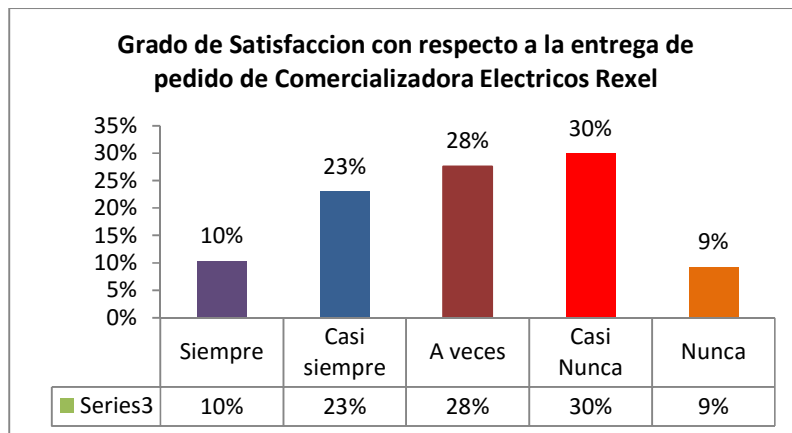
Fuente: Elaboración Propia

*Figura 34: Grado de Satisfaccion al momento de pagar los clientes*



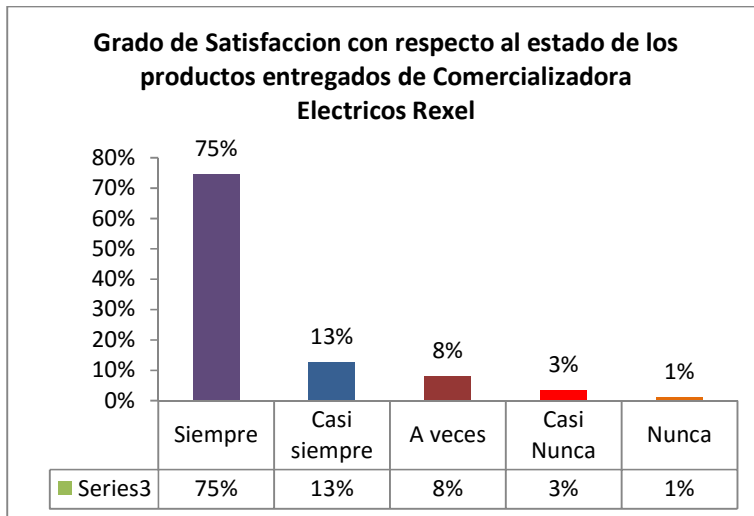
Fuente: Elaboración Propia

*Figura 35: Grado de satisfaccion de los clientes al entregarles el pedido*



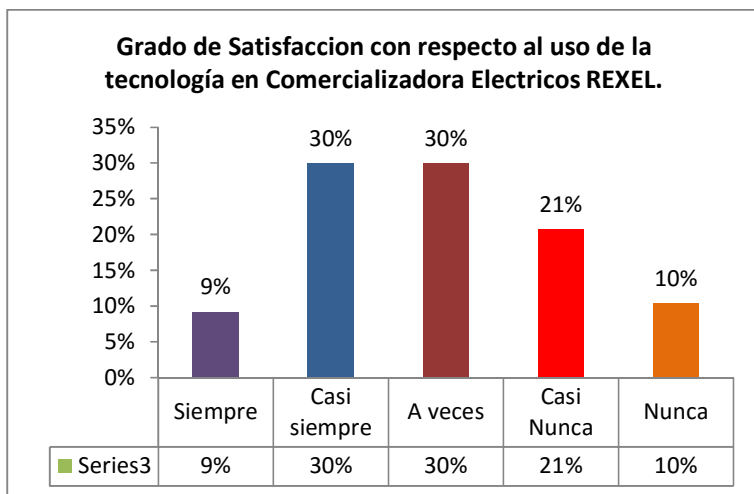
Fuente: Elaboración Propia

*Figura 36: Grado de satisfaccion de los clientes respecto al estado de los productos*



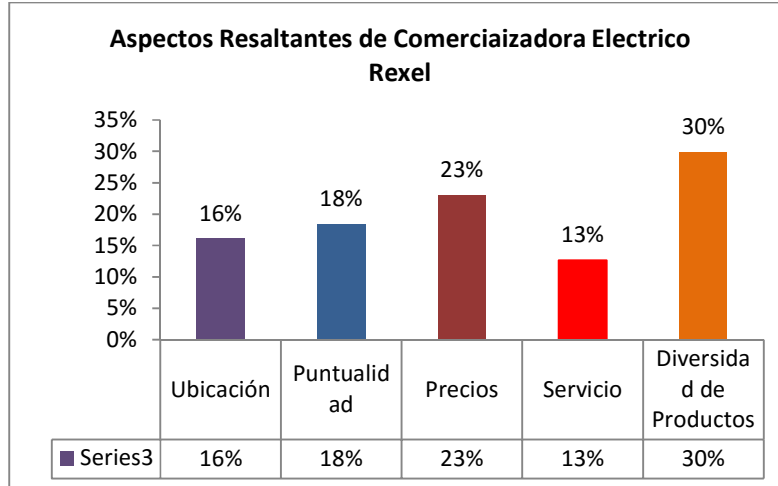
Fuente: Elaboración Propia

*Figura 37: Grado de satisfaccion de los clientes y el uso de tecnología en REXEL*



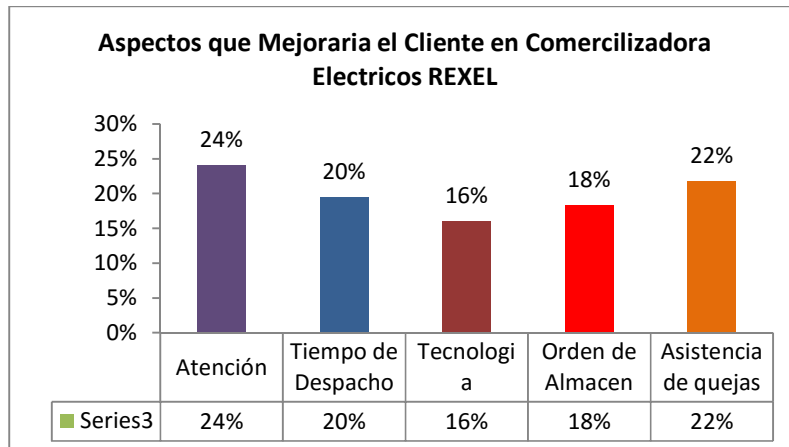
Fuente: Elaboración Propia

*Figura 38: Aspectos que resalta el cliente a REXEL*



Fuente: Elaboración Propia

*Figura 39: Aspectos que el cliente mejoraría a REXEL*



Fuente: Elaboración Propia